

# **ACTIVITES POLITIQUES DES ENTREPRISES DE LA FILIERE DES COMPLEMENTS ALIMENTAIRES EN FRANCE**

## TABLE DES MATIERES

Introduction .....	1
<b>1. Cadre conceptuel, méthodes et terrain .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Le marché des Compléments alimentaires.....</b>	<b>10</b>
2.1. Un marché facilement accessible et structuré autour des allégations nutritionnelles et de santé .....	10
2.2. Les acteurs du marché : Une filière de petites et très petites entreprises .....	15
2.3. Les positionnements de marché et les poids structurels des entreprises de la filière des Compléments alimentaires .....	19
2.3.1. Les cabinets de conseil .....	19
2.3.2. Importateurs et distributeurs d'ingrédients.....	21
2.3.3. Fabricants d'ingrédients et de matières premières .....	22
2.3.4. Fabricants et distributeurs de produits finis .....	23
2.4. Synthèse : Une filière structurée par des fortes inégalités de ressources .....	40
<b>3. Les activités d'ordre cognitif de la filière des Compléments alimentaires .....</b>	<b>42</b>
3.1. Les modalités des activités d'ordre cognitif.....	43
3.2. Les acteurs des activités d'ordre cognitif .....	56
3.3. Synthèse : Les Compléments alimentaires, un vecteur de la politique de santé .....	65
<b>4. Les activités de représentation d'intérêts des acteurs de la filière des Compléments alimentaires.....</b>	<b>71</b>
4.1. Les modalités des activités de représentation d'intérêts .....	73
4.2. Les acteurs des activités de représentation des intérêts.....	87
4.3. Synthèse : Une activité de persuasion, du territoire local à l'Europe .....	94
<b>5. Les activités d'ordre symbolique de la filière des Compléments alimentaires ....</b>	<b>98</b>
5.1. Les modalités des activités symboliques .....	99
5.2. Les acteurs des activités symboliques.....	106
5.3. Synthèse : Une activité classique de quête de légitimité symbolique.....	110
<b>6. Synthèse générale : L'influence comme champ institutionnel .....</b>	<b>112</b>
<b>7. Table des illustrations.....</b>	<b>120</b>
7.1. Graphiques.....	120
7.2. Tableaux .....	121
7.3. Documents .....	122
<b>8. Annexes .....</b>	<b>124</b>
8.1. Annexe Chapitre 2.....	124

8.2. Annexe Chapitre 3.....	163
8.3. Annexe Chapitre 4.....	209
8.4. Annexe Chapitre 5.....	285
8.5. Annexe générale .....	306

## INTRODUCTION

L'industrie des compléments alimentaires est en plein développement. Son chiffre d'affaires annuel augmente en France de 6% par an depuis 2010. Cette réussite économique, fondée en partie sur des stratégies marketing offensives et sur l'essor du commerce numérique, va de pair avec la découverte de risques liés à la consommation de ces compléments. Ces risques sont dus à trois types de facteurs. Le premier est la présence de substances toxiques dans la composition de certains compléments alimentaires (par exemple les hydrocarbures aromatiques polycycliques). Le second est lié à l'adultération, c'est-à-dire à la présence frauduleuse de substances actives interdites dans les denrées alimentaires. Enfin, bien que des compléments alimentaires puissent être dans certaines circonstances potentiellement intéressants pour certaines catégories de population, comme les femmes enceintes ou les personnes âgées, ils peuvent causer des problèmes de santé à d'autres catégories de la population, comme les personnes diabétiques, les personnes atteintes d'un cancer ou les personnes allergiques au pollen par exemple. Se pose par ailleurs, de manière plus générale, la question des doses tolérables pour notre organisme : certains compléments alimentaires consommés en doses excessives pourraient présenter des risques pour la santé.

Ces risques ont été explicités par l'Anses<sup>1</sup>. Ils pourraient donner lieu à une réglementation renforcée, pouvant aller jusqu'à l'interdiction de certains produits. Définir certains compléments alimentaires comme des médicaments, afin qu'ils soient prescrits par des médecins, pourrait être une autre piste d'action. De même, les contrôles de mise sur le marché pourraient être renforcés afin d'éviter la présence de substances interdites dans ces compléments. Bien que ces mesures aient été proposées par l'Anses et d'autres acteurs de santé publique en France et en Europe, l'industrie des compléments alimentaires s'est mobilisée et organisée pour éviter de telles réglementations ou pour en limiter la portée. En France, et à titre d'exemple, le syndicat professionnel Synadiet (250 entreprises) agit à la fois à l'Assemblée nationale et dans le domaine scientifique pour produire des données en faveur du statu quo actuel. En 2018, Synadiet a dépensé entre 50 000 et 75 000 euros en frais de représentation d'intérêts à l'Assemblée nationale. Sur son site Internet, plusieurs articles contredisent des études scientifiques mettant en garde contre des risques pour la population associés à certains compléments. A l'échelle européenne, Synadiet est aussi intervenu pour tenter d'annuler le règlement UE n° 2015/1933 du 27 octobre 2015 modifiant le règlement CE

---

<sup>1</sup> [Les compléments alimentaires | Anses - Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail](#)

n° 1881/2006 relatif à la teneur maximale des hydrocarbures aromatiques polycycliques (HAP).

Ces éléments ont conduit à la réalisation d'une recherche visant à cartographier plus en détails les activités politiques des entreprises du secteur : quelles sont les stratégies développées par les acteurs de la filière pour faire valoir leurs positions auprès des acteurs publics ? Quelles sont leurs ressources ? Qui sont-ils ? Combien sont-ils ? Agissent-ils tous de la même façon ? Dans quels espaces sociaux sont-ils les plus actifs ?

Dans ce travail, nous cherchons à établir un état des lieux le plus exhaustif possible des pratiques des acteurs de la filière des compléments alimentaires visant à peser sur les politiques publiques en matière de nutrition et de santé. Nous nous situons dans un registre analytique, visant à saisir les pratiques des industriels en fonction des univers sociaux dans lesquels ils interviennent, ainsi que des différences de pratiques en fonction des ressources dont disposent les acteurs qui les mettent en œuvre.

Dans un premier temps, une morphologie de la filière est réalisée. L'objectif est d'identifier sa structure du marché : cadres régulateurs du marché des compléments alimentaires, taille des entreprises pour chacun des segments de la filière (production de la matière première, importation et distribution d'ingrédients, transformation et commercialisation des compléments, en magasin et via internet, cabinets de conseil), poids structurel des entreprises de la filière (chiffre d'affaires et nombre de salariés) et positionnements de marché des entreprises.

Dans un deuxième temps, nous abordons les activités politiques de l'industrie. Nous décrivons les activités cognitives, les activités relationnelles et les activités symboliques des entreprises, ainsi que les espaces d'intervention. Une **caractérisation des entreprises du secteur** est réalisée en fonction de leur profil. Il en résulte une cartographie dans laquelle les entreprises du secteur sont associées au type de stratégies qu'elles mettent en œuvre et à l'intensité de ces stratégies. L'objectif est d'identifier les "grands" influenceurs, leurs stratégies et les potentielles relations entre structure du marché et activités politiques. Cette cartographie s'appuie sur les concepts et méthodes déjà mobilisés dans deux précédents travaux sur les activités politiques des entreprises du secteur agroalimentaire et de la filière laitière<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.

Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2020). *Activités et capacités politiques de la filière laitière en France*. Rapport de recherche (non-publié), 199 p.

## 1. CADRE CONCEPTUEL, METHODES ET TERRAIN

Notre recherche décrit les activités politiques des acteurs industriels des compléments alimentaires qui cherchent à peser sur l'action publique et à façonner l'opinion publique. Ces activités sont multiples et peuvent être classées par catégories<sup>3</sup>, afin de cartographier les différents acteurs analysés de la manière la plus précise possible, en fonction des informations disponibles. A partir de notre travail sur les activités politiques du secteur agroalimentaire et du secteur laitier en France nous distinguons trois types de stratégies, définies en fonction des objectifs et moyens mis en œuvre<sup>4</sup>.

Un premier ensemble de stratégies, d'ordre cognitif, vise la production de discours, d'énoncés et de messages traduisant les positions d'acteurs économiques dans le cadre de débats. Il s'agit pour les industriels de produire des savoirs scientifiques, des arguments techniques, économiques, légaux, philosophiques ou moraux, visant à conforter certains arguments ou certains savoirs jugés utiles ou favorables, ou au contraire à nuancer, affaiblir ou invalider des savoirs scientifiques et des arguments utilisés pour justifier des projets politiques que les acteurs économiques jugent peu souhaitables au regard de leurs intérêts. Un second ensemble de stratégies, qualifiées de stratégies relationnelles et de « représentation d'intérêts », donne lieu à une présence effective auprès des espaces de décision : la mise en relation et la circulation de messages dans des arènes de décision en constitue une modalité privilégiée. Elle passe par des relations directes, telles que des auditions parlementaires ou des rendez-vous avec des parlementaires, et des relations plus « indirectes », établies à travers la création de « groupes écrans » voire par des « incitations financières ». Une autre modalité des stratégies de « représentation d'intérêts » vise à sceller des alliances avec d'autres acteurs économiques voire en dehors du monde économique. Un troisième et dernier type d'activités ne relève ni de la production ni de la mise en circulation de positions défendues par des acteurs économiques. Elles visent à renforcer le crédit ou le discrédit symbolique de certains acteurs. Ces activités visent à construire ou à détruire une image. Des actions philanthropiques renforcent le crédit symbolique de certains acteurs, dont les activités apparaissent plus positives. Diverses méthodes peuvent à l'inverse discréditer des adversaires en mettant en cause leur intégrité ou leur qualité scientifique par exemple. En tenant compte de ces trois types d'activités – d'ordre respectivement cognitif, relationnel et

---

<sup>3</sup> Mialon, M., Swinburn, B., & Sacks, G. (2015). A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information », *Obesity reviews*, 16(7), 519-530.

Sacks, G., Swinburn, B., Kraak, V., Downs, S., Walker, C., Barquera, S., Kumanyika, S. (2013). « A proposed approach to monitor private-sector policies and practices related to food environments, obesity and non-communicable disease prevention », *Obesity Reviews*, 14(S1), 38-48.

<sup>4</sup> Benamouzig, D., & Muñoz, J. C. (2019). Les stratégies politiques des entreprises en santé publique: le cas de l'agroalimentaire en France. *Revue française des affaires sociales*, (3), 189-208.

symbolique – les différents acteurs peuvent être étudiés et catégorisés en fonction du type et de l'intensité des activités mises en œuvre.

Pour identifier les activités politiques de l'industrie des compléments alimentaires en France, ainsi que la distribution des ressources politiques dans cette industrie, nous avons utilisé deux méthodes distinctes, à la fois qualitative et quantitative.

Des entretiens semi-directifs ont permis de recueillir des informations sur la présence de l'industrie dans différents espaces sociaux. Seize entretiens ont été réalisés auprès d'acteurs évoluant au sein de deux types d'espaces : l'industrie et les instances publiques de régulation. Plus concrètement, nous avons interviewé trois représentants des syndicats patronaux du secteur, deux cadres travaillant dans deux cabinets de conseil de la filière et trois responsables en affaires réglementaires et en affaires publiques exerçant dans des entreprises produisant des compléments alimentaires. Ces trois personnes appartiennent à des entreprises de taille différentes (petite, moyenne et grande entreprise). Ces entretiens ont gravité autour des actions entreprises par les acteurs de la filière pour faire face à des réglementations qu'ils considèrent non-conformes à leurs attentes. Les entretiens cherchaient à connaître ce que les interviewés considéraient comme des freins à l'innovation et surtout ce qu'ils mettaient en œuvre pour lever ces « freins ». Nous avons ensuite interviewé des personnes travaillant dans des agences de régulation compétentes dans le domaine des compléments alimentaires : l'Agence européenne de la sécurité des aliments, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses), la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), l'Agence nationale de sécurité du médicament (ANSM) et l'Agence européenne du médicament (AEM). Ces entretiens ont permis d'aborder, dans certains cas, des questions relatives aux difficultés, notamment organisationnelles et matérielles, rencontrées par ces acteurs dans leurs activités de régulation. Ces entretiens visaient moins une représentativité qu'une pluralité de points de vue, qui couvre cependant tous les types d'acteurs impliqués. Cette première méthode de recherche a permis d'établir un panorama des activités politiques mises en œuvre par la filière des compléments alimentaires dans différentes arènes institutionnelles et de comprendre les liens entre les types d'activités politiques mises en œuvre et les différents types d'entreprises du secteur (métiers, taille) .

Une fois établi un premier panorama des stratégies d'action, il est apparu nécessaire de formaliser ces observations en les associant aux différents acteurs de la filière des compléments alimentaires. Pour ce faire, un recueil d'informations complémentaires a visé à observer de potentielles différences dans les activités politiques des acteurs économiques, selon des critères tels que le secteur d'activité ou le type d'organisation (entreprises, représentants d'intérêts etc.), ainsi que de potentielles différences de capacités d'action au sein de la filière. La notion de « capacités d'action » fait référence aux ressources dont disposent les différents acteurs pour la mise en œuvre d'activités politiques. Ces capacités d'action possèdent deux dimensions. La première est instrumentale. Elle fait référence aux

ressources financières, humaines et relationnelles dont dispose l'entreprise pour son activité politique<sup>5</sup>. Elle peut être estimée en dénombrant les activités politiques mises en œuvre par chacun des acteurs analysés. La seconde dimension est structurelle. Il s'agit du pouvoir qu'une position économique donne à l'entreprise. Plus l'entreprise est centrale dans un secteur économique, plus elle pèse – directement ou indirectement – lorsqu'il s'agit de prendre des décisions politiques. Elle peut exercer un poids structurel en annonçant des décisions liées à l'investissement et à l'emploi. Cette dimension peut être mesurée à partir du chiffre d'affaires et du nombre d'emplois des différentes entreprises. Des indicateurs quantitatifs ont permis de mesurer les activités et les capacités politiques des entreprises en termes d'étendue et de volume, en complétant à partir d'éléments quantifiés les données qualitatives recueillies au cours de l'enquête.

La première opération mise en œuvre pour comparer les acteurs de la filière des compléments alimentaires a visé à constituer un échantillon d'acteurs. L'objectif était d'obtenir un échantillon qui tienne compte de la diversité des métiers de la filière et qui soit sensible à l'hétérogénéité existante en termes de taille des entreprises. Pour ce faire, nous avons procédé en deux étapes. Tout d'abord, nous avons consulté l'annuaire des adhérents de Synadiet. Ce répertoire couvre la une grande partie des entreprises du secteur - plus de 71,4% (250/350) - et nous donne une assez bonne idée du nombre d'entreprises par métier filière – fabricants d'ingrédients ou de matières premières, distributeurs de compléments alimentaires, fabricants de Compléments alimentaires, fournisseur d'ingrédients et matières premières, façonniers et cabinets de conseil (cf. Graphique 1). Ensuite, nous avons pu établir la distribution du type d'entreprises selon leur taille – microentreprises, petites entreprises, entreprises moyennes, entreprises intermédiaires et grandes entreprises<sup>6</sup> - dans les différents métiers de la filière (cf. Graphique 3). À partir de ces deux éléments – nombre d'entreprises par métier, taille des entreprises par métier –, nous avons construit un échantillon de 145 entreprises. Cet échantillon respecte la distribution du nombre d'entreprises par métier et intègre pour chaque métier, quand ceci s'avère possible, des entreprises de taille différente (cf. Tableau 23).

A partir de cet échantillon, l'analyse a cherché à caractériser les activités politiques des acteurs de la filière ainsi que leurs capacités d'action. Le classement des pratiques politiques en trois catégories (activités cognitives, activités relationnelles et activités symboliques) a permis de situer ces pratiques dans des espaces sociaux différenciés. Les pratiques cognitives impliquent d'investir l'espace scientifique, ses institutions et ses acteurs. Les pratiques relationnelles de représentation d'intérêts nécessitent un investissement de l'espace politique, de ses instances et acteurs (Assemblée nationale, Sénat, administrations, pouvoir local, médias). Finalement, les pratiques d'ordre symbolique sont orientées vers le monde associatif et celui des ONG.

---

<sup>5</sup> Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2020). *Activités et capacités politiques de la filière laitière en France...*

<sup>6</sup> <https://www.economie.gouv.fr/cedef/definition-petites-et-moyennes-entreprises>

Compter les liens de chaque acteur de l'échantillon avec les acteurs et les institutions des trois espaces sociaux mentionnés permet non seulement d'appréhender les pratiques privilégiées par différents types d'acteurs économiques, mais aussi d'évaluer l'intensité de ces liens, le cas échéant sous forme de classements indicatifs, et de quantifier ainsi la distribution de leurs modes d'action privilégiés. Plusieurs stratégies de recueil de données ont permis de mettre en relation les acteurs de l'échantillon avec les espaces sociaux différenciés, correspondant aux trois grandes catégories d'activités politiques.

Dans un premier temps, il s'agissait d'identifier et de quantifier les acteurs les plus actifs en matière d'activités d'ordre cognitif. Pour ce faire, nous avons identifié les liens existants entre chacun des acteurs de l'industrie des compléments alimentaires et des *think tanks* (institut de recherche privés, centre d'informations, fondations), ainsi que des liens de financement et de partenariat entre ces acteurs et des sociétés savantes, des universités et des centres de recherches universitaires et scientifiques publics. Ce travail a été réalisé à partir d'une veille des comptes *Twitter* et des sites web de chacun des acteurs pendant une période d'un an (de juillet 2019 à juillet 2020). Au terme de ce travail, il était possible d'estimer la quantité des liens directs de chaque acteur économique avec un certain nombre de *think tanks*, ainsi que de nombreux liens entre chercheurs, instances de recherche et acteurs de la filière des compléments alimentaires.

Par convention, nous considérons qu'il existe un lien direct entre un acteur de l'industrie et des chercheurs lorsque des scientifiques en poste dans des universités et des centres de recherche font partie de comités d'experts ou de comités scientifiques mis en place de façon durable par des acteurs de la filière. Seules les formes publiques et officielles de partenariat d'acteurs économiques avec des instances de recherche sont prises en compte et comptabilisées comme liens directs avec des instances du champ scientifique. Les financements ponctuels d'acteurs économiques à des chercheurs ou à des instances de recherche ne sont pas prises en compte, faute de registre répertoriant ce type d'informations.

Dans un deuxième temps, il s'agissait d'identifier pour chaque acteur sa présence ou son absence dans différentes arènes politiques, dans lesquelles sont mises en œuvre des activités relationnelles de représentation d'intérêts. Plus concrètement, il s'agissait de déterminer pour chaque acteur s'il avait une représentation permanente à l'Assemblée Nationale à partir du registre des représentants d'intérêt accessible sur le site de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique<sup>7</sup>. Le même travail a été réalisé au niveau des institutions européennes grâce à la base de données « Transparency register »<sup>8</sup> mise en place par le Parlement et la Commission européenne. Il s'agissait ensuite d'établir la présence des acteurs de la filière dans les groupes de concertation du Ministère de l'Agriculture, consultables sur le site du Ministère. Ce premier travail a été complété par une recherche de liens partenariaux entre les acteurs de la filière et d'autres instances publiques, telles les collectivités territoriales.

---

<sup>7</sup> <https://www.hatvp.fr/le-repertoire>

<sup>8</sup> [Transparency Register - Homepage \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/transparency/REGISTRY/)

Ce travail a été réalisé à partir d'une veille des comptes *Twitter* et des sites web de chacun des acteurs. Nous avons également pu nous appuyer sur les rapports d'activité que les syndicats patronaux publient régulièrement. Au terme de ce travail, il était possible d'estimer la quantité des liens directs de chaque acteur économique avec les instances liées à la décision publique. La notion de « liens directs » fait référence à une présence institutionnelle et publique des acteurs économiques dans les instances mentionnées.

Le fait de prendre en compte les seuls « liens directs » est un choix méthodologique conservateur. Il offre une représentation de l'intensité des relations inférieure à l'intensité des relations réelles mais permet une certaine homogénéité dans le recueil des données, tout en favorisant la comparaison entre acteurs de l'échantillon.

Finalement, pour ce qui est de la mise en relation entre acteurs économiques et pratiques politiques d'ordre symbolique, nous avons comptabilisé les liens directs de chaque acteur de l'échantillon avec des associations, ONG ou toute autre organisation située en dehors du champ de la santé et la nutrition. La veille des comptes *Twitter* et des sites web de tous les acteurs de l'échantillon entre juillet 2019 et juillet 2020 ont été les deux principales sources pour le recueil de ces informations. Il s'agissait à nouveau d'identifier des liens institutionnels, liés à la signature de partenariats et de collaborations récurrentes.

Une fois que l'ensemble de liens directs des acteurs « racine » ( $n=145$ ) a été établi, il a été question d'identifier leurs liens indirects. Ce travail a consisté à identifier les liens de deuxième degré. En d'autres termes, nous sommes allés chercher les liens directs des acteurs connectés aux acteurs de la base de données initiale avec des instances du monde scientifique, politique et associatif. Le résultat de ces deux séquences de travail a conduit à constituer une base de données de 761 lignes. Chaque ligne représente un lien. Chaque acteur, racine et associé, a autant de lignes que de relations entretenues avec des acteurs du monde scientifique, politique et associatif. À chaque ligne correspondent sept colonnes indiquant (cf. Tableau 1) : le nom de l'acteur source, le type d'acteur source (distributeur, fabricant ingrédients/matières premières, fabricant produits finis, conseil aux fabricants etc.), le nom de l'acteur ayant un lien direct avec l'acteur source, le type d'acteur associé à l'acteur source (*think tank*, association, institution scientifique etc.), le type de relation existante entre l'acteur source et l'acteur associé (financement, partenariat, membre du bureau etc.), le type d'activité politique mise en œuvre par l'acteur en lien avec l'acteur source (cognitive, représentation d'intérêts et symbolique) et l'activité politique précise à laquelle l'acteur associé participe (production connaissances compléments alimentaires et santé, programmes action exclusion, formation médecins et compléments alimentaires etc.). Cette base de données a permis des analyses à plat des différents acteurs et de leurs activités politiques directes et indirectes.

Ce rapport est structuré en quatre chapitres. Le premier chapitre décrit les caractéristiques du marché des compléments alimentaires. Il vise à explorer l'existence de positionnements de marché différentiels en fonction de la taille de l'entreprise. Cette analyse de marché est conçue

comme une étape préliminaire à l'analyse des activités politiques des acteurs du secteur. L'objectif est de pouvoir établir s'il existe une relation entre le type d'entreprise, les positionnements sur le marché et les activités politiques observées.

Les trois chapitres suivants décrivent les activités politiques des acteurs du secteur des compléments alimentaires. Ils ont pour objectif de donner un aperçu aussi complet que possible de ces activités, ainsi que des acteurs collectifs et individuels qui les mettent en œuvre. Chaque chapitre correspond à un type d'activité politique, respectivement cognitives, relationnelles et symboliques. Pour chaque type d'activité politique, sont décrites les stratégies mises en œuvre par le secteur des compléments alimentaires, ainsi que les espaces et mécanismes spécifiques par lesquels agissent les acteurs de la filière. Les acteurs collectifs impliqués dans leur mise en œuvre sont précisés. Les analyses permettent de montrer s'il existe des variations dans la mise en œuvre de ces activités politiques en fonction du type d'entreprise. En d'autres termes, on cherche à savoir si le fait d'appartenir à un segment du secteur a une incidence sur le type et/ou la qualité et quantité des activités politiques mises en œuvre. Nous analysons également les potentiels liens entre le positionnement d'une entreprise sur le marché, sa taille et les activités politiques mises en œuvre. Dans la mesure du possible, des acteurs individuels en charge de ces activités sont aussi décrits à partir de leur profil académique et professionnel. L'identité de ces personnes a été anonymisée dès la phase de recueil des données afin de respecter la réglementation sur la protection des données personnelles (RGPD-2018). Pour ce faire, les noms et prénoms ont été remplacés par la fonction exercée : chercheur, ministre, député etc.

Tableau 1: Extrait de la base de données générale

Source	Type acteur source	Acteur associé	Type acteur associé	Type APE	Relation entre les deux acteurs	Participe à...
ARKOPHA RMA Laboratoires	Fabrication produits finis	InstArkoDisciplinables	Thinktank	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Formation médecins en compléments alimentaires
ARKOPHA RMA Laboratoires	Fabrication produits finis	AssocThéodora	Associations/ONG/ClubsSport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Aidermalades/Violencesfaitesauxfemmes

ARKOPHA RMA Laboratoire s	Fabricati on produits finis	AsocBouc honsAmou r	Associ ations/ ONG/C lubsSp ort	Symb olique s	Financement/ Partenariat/C ollaboration	Exclusion/Acteu r territoire/handic ap/Humanitaire
ARKOPHA RMA Laboratoire s	Fabricati on produits finis	AssocSoli darsport	Associ ations/ ONG/C lubsSp ort	Symb olique s	Financement/ Partenariat/C ollaboration	Exclusion/Acteu r territoire/handic ap/Humanitaire
ARKOPHA RMA Laboratoire s	Fabricati on produits finis	FondLenv al	Associ ations/ ONG/C lubsSp ort	Symb olique s	Financement/ Partenariat/C ollaboration	Aidermalades/Vi olencesfaitesau xfemmes
ARKOPHA RMA Laboratoire s	Fabricati on produits finis	AssocTS WFranceN epal	Associ ations/ ONG/C lubsSp ort	Symb olique s	Financement/ Partenariat/C ollaboration	Exclusion/Acteu r territoire/handic ap/Humanitaire
ARKOPHA RMA Laboratoire s	Fabricati on produits finis	ClaudeMo ulis/UnivP aulSabater	Cherch eurs/U niversit és/Soc Savant es	Cogni tives	Financement/ Partenariat/C ollaboration	Production connaissances CA/Plantes/hom eopathie et santé
AROMA CELTE - BREZH ALGAE & PLANT	Fabricati on produits finis/Vent eenligne	Synadiet	Représ entanti nt	Repln t	Membre	Délégation

Source : Auteurs

## 2. LE MARCHÉ DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

Ce premier chapitre étudie le marché des compléments alimentaires à partir de trois dimensions. Tout d'abord, nous décrivons leurs caractéristiques en tant que produit de consommation — composition, apparence, fonction — ainsi que les cadres réglementaires régissant leurs formes de production et de commercialisation. Ensuite, il s'agit de dresser un panorama des acteurs du marché à partir des entreprises et des métiers qui le composent. Dans ce sens, nous analysons la répartition des entreprises — nombre et type d'entreprises — selon les différents métiers de la filière. Enfin, nous effectuons une analyse du positionnement des entreprises sur le marché des compléments alimentaires.

L'analyse sociologique du marché des compléments alimentaires proposé dans ce chapitre mobilise les résultats de travaux antérieurs relatifs aux activités politiques des entreprises dans le secteur agroalimentaire<sup>9</sup>. Ces travaux indiquent que les protagonistes et les formes prises par les activités politiques des entreprises sont liés à la structure de l'espace économique dans lequel se trouvent les entreprises qui le façonnent. Décrire l'espace économique est donc un préalable à l'analyse des activités politiques de l'industrie des compléments alimentaires.

### 2.1. Un marché facilement accessible et structuré autour des allégations nutritionnelles et de santé

Les compléments alimentaires sont des produits de consommation en vente libre dans les supermarchés, les pharmacies, les parapharmacies et sur Internet. En matière réglementaire, les compléments alimentaires sont « *les denrées alimentaires dont le but est de compléter le régime alimentaire normal et qui constituent une source concentrée de nutriments ou d'autres substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique seuls ou combinés...* » (Directive 2002/46/CE du Parlement européen, transposée par le décret n°2006-352 du 20 mars 2006). Les compléments alimentaires peuvent être composés d'une multiplicité d'ingrédients : vitamines, minéraux, substances ou molécules à effets physiologiques (caféine, glucosamine, oméga-3, etc.), plantes ou préparations à base de plantes (valériane, aubépine, harpagophytum, etc.), ingrédients d'origine animale (gelée royale, propolis, huiles de poisson,

---

<sup>9</sup> Benamouzig, D., & Cortinas Muñoz, J. (2019). Les stratégies politiques... *Op.cit.*

Cortinas Muñoz, J., & Benamouzig, D. (2020). Mesurer l'influence? Une méthode de quantification des activités politiques des entreprises du secteur agroalimentaire en France. *Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 147(1-2), 122-149.

etc.), ferments et levures (probiotiques, levure de bière, etc.) et fruits et légumes (myrtille, artichaut, ail noir, etc.). Ces ingrédients peuvent être utilisés individuellement ou peuvent être combinés au sein d'un même produit. Les compléments alimentaires sont commercialisés sous forme de comprimés, de capsules, de sirops, de sachets de poudre et d'ampoules.

Les spécificités des compléments alimentaires liées à leur composition, à leur présentation physique ainsi qu'à leur relative jeunesse en tant que produit alimentaire ont un impact direct et structurant sur le marché de ces produits. L'enjeu pour les industriels, notamment pour les fabricants de produits manufacturés, est l'intelligibilité du produit pour le consommateur. Les compléments alimentaires, contrairement à un aliment ordinaire, sont un concentré de nutriments ou de molécules présentés sous forme de capsule, gélule, ampoule etc. Ils ne peuvent pas se distinguer par leur goût ou par toute autre caractéristique sensorielle (odorat, couleur). Dans ce sens, les compléments alimentaires sont des aliments « sans corps ». Ils n'appartiennent à aucune famille alimentaire sensoriellement reconnaissable (légumes, fruits, pains, soupes, boissons, etc.) pouvant être identifiée par le consommateur susceptible de les acheter dans un supermarché ou une pharmacie.

La stratégie utilisée par l'industrie pour rendre intelligibles les compléments alimentaires aux yeux du consommateur consiste à mettre en œuvre une communication axée sur les effets nutritionnels et physiologiques des produits. Cette communication prend forme à travers des allégations nutritionnelles et de santé. Ainsi, la présence de vitamines ou minéraux dans un complément alimentaire est indiquée, sur l'emballage et sur les différents supports de communication disponibles, par des messages simples qui indiquent sa richesse nutritionnelle : « source de vitamines », « riche en calcium » etc. Les allégations relatives aux effets physiologiques des compléments alimentaires consistent en messages — les promesses — liant la consommation des compléments alimentaires à des effets positifs sur la santé ou l'état physique du consommateur : « le magnésium aide à réduire la fatigue », « il contribue à réduire le risque de maladie cardiovasculaire » etc. Les promesses qui servent de pont entre les compléments alimentaires et les consommateurs couvrent un large éventail de domaines : santé, beauté, bien-être, performances sportives, etc. (cf. Document 1)

## Document 1 : Produits par type de promesse

### Promesse beauté

LUXÉOL Cheveux Pousse Croissance et Fortification 30 gélules



### Promesse performance sportive



### Promesse santé



#### Lactobacillus reuteri

Un probiotique de nouvelle génération au service de la santé cardio-vasculaire  
60 DRCaps™



#### Gaba 750 mg

Un neurotransmetteur utilisé par le système nerveux pour apaiser l'organisme  
100 comprimés

Source : Auteurs à partir de plusieurs sites web d'acteurs de la filière

Ces allégations nutritionnelles et de santé sont soumises à l'approbation préalable de la Commission européenne. Plus précisément le règlement 1924/2006 établit le type d'allégations autorisées au niveau européen. Les allégations autorisées actuellement par la Commission européenne concernent les vitamines et les minéraux. Les allégations concernant les plantes sont en attente d'évaluation depuis plus de dix ans<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Pour des informations détaillées sur les cadres réglementaires liés aux compléments alimentaires, voir: <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/s%C3%A9curit%C3%A9/produits-alimentaires/complements-alimentaires#:~:text=%20L%E2%80%99article%204%20du%20d%C3%A9cret%20n%C2%B02006-352%20du%2020,3%C2%B0%20de%20l%E2%80%99article%202%2C%20c%E2%80%99est-%C3%A0-dire%20les...%20More%20http://www.synadiet.org/les-complements-alimentaires/reglementation>

En plus des allégations déjà approuvées par la Commission européenne, les fabricants peuvent en demander de nouvelles. La Commission soumet les nouvelles demandes des fabricants à l'Agence européenne de sécurité des aliments (EFSA), qui est l'agence ayant la compétence scientifique pour évaluer ces demandes. L'introduction de telles demandes ainsi que les demandes d'autorisation pour utiliser les allégations existantes ont un coût économique non-négligeable, car il est nécessaire de préparer un dossier justifiant la demande sur une base scientifique, d'avoir la capacité de répondre aux éventuels compléments d'information en provenance de l'EFSA et d'avoir la capacité d'attendre le résultat d'une évaluation qui peut prendre plusieurs mois ou années. En d'autres termes, le moteur qui fait fonctionner le marché des compléments alimentaires, l'utilisation d'allégations nutritionnelles et de santé, dépend des évaluations d'une agence scientifique européenne indépendante, en principe autonome de l'industrie comme des pouvoirs politiques. Ces évaluations sont coûteuses en temps et en argent pour les opérateurs. Même dans le cas où l'on imaginerait que les opérateurs peuvent *capturer* certaines décisions de ce type d'autorités en leur faveur, ceci exigerait la mise en œuvre de moyens humains et financiers, et donc des coûts, que les opérateurs doivent pouvoir assumer<sup>11</sup>.

La dépendance de l'industrie vis-à-vis des décisions prises par des instances de régulation affecte aussi le deuxième moteur d'innovation sur le marché des compléments alimentaires : l'utilisation de nouvelles matières premières dans la fabrication des compléments alimentaires. Pouvoir introduire de nouveaux ingrédients dans la composition des compléments alimentaires permet aux fabricants de diversifier l'offre et de prétendre à de nouvelles allégations. L'introduction de plantes exotiques ou de nouvelles molécules dans la fabrication d'un complément alimentaire nécessite, dans le cas où ces ingrédients ne sont pas autorisés dans la production de produits alimentaires dans un pays de l'Union européenne, l'approbation de l'EFSA. Ce processus d'approbation nécessite, là encore, la constitution d'un dossier scientifique prouvant l'innocuité de l'ingrédient pour la santé des consommateurs potentiels. Ce processus d'évaluation exige que le fabricant dispose des ressources nécessaires pour répondre aux demandes d'informations de l'EFSA — informations qui sont souvent de nature scientifique et qui requièrent des compétences spécifiques — et qu'il puisse attendre des années, entre deux et six ans, pour obtenir une réponse, tout en ayant la capacité d'assumer un potentiel rejet de la demande formulée.

Un autre élément structurant de ce secteur économique est lié au fait que, d'un point de vue réglementaire, les compléments alimentaires relèvent de la catégorie des produits alimentaires. Cela a pour effet de créer un marché facilement accessible aux nouvelles entreprises commercialisant des produits faisant usage d'ingrédients déjà autorisés par les régulateurs. Pour accéder au marché, il leur suffit d'établir une déclaration auprès des autorités compétentes, en France auprès de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), indiquant les composants du

---

<sup>11</sup> Carpenter, D., & Moss, D. A. (Eds.). (2013). *Preventing regulatory capture: Special interest influence and how to limit it*. Cambridge University Press.

produit et l'étiquetage associé. Si le produit à commercialiser est composé d'ingrédients alimentaires autorisés par le gouvernement du pays concerné, que les doses de ces ingrédients sont conformes aux règles en vigueur au niveau national et que les règles d'étiquetage sont respectées, le produit sera autorisé à la commercialisation. La relative simplicité des démarches de mise sur le marché des compléments alimentaires fait de ce dernier un marché très dynamique et assez instable pour les acteurs établis. En effet, ces acteurs doivent s'adapter aux défis potentiels posés par l'arrivée récurrente de nouveaux concurrents<sup>12</sup>.

Enfin, parce qu'ils sont composés d'ingrédients alimentaires, les compléments alimentaires, contrairement aux médicaments, ne peuvent pas être brevetés quant à leur composition. Ce fait détermine l'économie du secteur, qui repose sur des stratégies marketing de distinction ou sur l'invention de procédés de fabrication – par exemple des procédés d'extraction innovants<sup>13</sup> ou commercialisation (cf. commercialisation sous forme de comprimés à croquer<sup>14</sup>) – plutôt que sur des stratégies de recherche de molécules à breveter. En somme, le marché des compléments alimentaires est un marché de produits non-brevetables – quant à leur composition – et dont le dynamisme dépend de la capacité à obtenir des allégations nutritionnelles et physiologiques de la part des autorités européennes et nationales ainsi que de la capacité à inventer des procédures de fabrication et commercialisation innovantes. Les deux stratégies de distinction sont gourmandes en ressources financières.

En somme, pour l'industrie des compléments alimentaires l'enjeu est de se situer à la frontière entre aliment et médicament<sup>15</sup>. Pour ce faire, les acteurs de la filière cherchent à obtenir des allégations nutritionnelles et de santé tout en restant hors du cadre réglementaire des médicaments, ce qui permet à la filière d'éviter les procédures de mise sur le marché s'appliquant à ces produits, notamment la mise en place d'études cliniques longues et coûteuses – les coûts de ces études se chiffrent facilement en millions d'euros- visant à démontrer des liens de cause à effet sur la santé. La nécessité de prouver de tels effets sur la santé risquerait en outre de conduire à l'exclusion du marché de nombreux compléments alimentaires aujourd'hui commercialisés en l'absence de ce type de preuves. Se situer en dehors du domaine réglementaire des médicaments permet aussi la vente libre – non soumise à des prescriptions médicales – des compléments alimentaires.

---

<sup>12</sup> Voir:

Les Echos études (2017). *Le marché et la distribution des compléments alimentaires*.

<sup>13</sup> [La spiruline liquide: Un brevet ECOSYSTEM - Ecosystem Laboratoire](#)

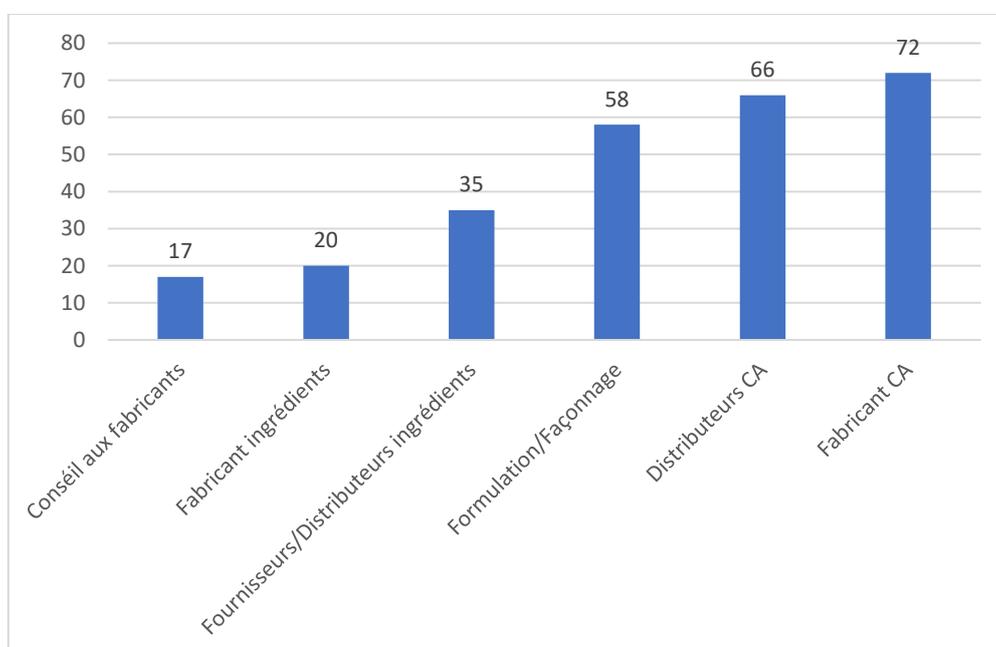
<sup>14</sup> [Benecol dépose un brevet sur un complément alimentaire \(culture-nutrition.com\)](#)

<sup>15</sup> Carof, Etienne Noguez. At the boundaries of food and medicine: the genesis and transformation of the "functional food", *Markets in France and Europe*. 2019. [\(hal-02290956\)](#)

## 2.2. Les acteurs du marché : Une filière de petites et très petites entreprises

Selon les estimations du syndicat majoritaire du secteur — le Synadiet<sup>16</sup> — l'industrie des compléments alimentaires en France compte environ trois-cents entreprises réparties en six métiers : producteurs de matières premières et d'ingrédients, importateurs et distributeurs d'ingrédients, distributeurs de compléments alimentaires, concepteurs et fabricants de compléments alimentaires pour des tiers, expertise et conseil aux fabricants et fabricants de produits finis. La base de données du syndicat Synadiet permet de recueillir des informations sur deux cent soixante-huit entreprises, ce qui nous permet d'effectuer quelques calculs simples sur l'importance de chacun des métiers au sein de l'industrie. Le premier élément à souligner est que les fabricants de produits finis et les distributeurs sont les entreprises les plus nombreuses du secteur. En outre, l'analyse détaillée de la base de données nous permet de vérifier que, dans de nombreux cas, la même entreprise agit à la fois comme fabricant et comme distributeur. En tout état de cause, les entreprises situées à l'aval de la filière sont les plus nombreuses au sein de l'industrie (138/268) (cf. Graphique 1).

Graphique 1: Répartition des entreprises du secteur par métier en 2019



Source : Auteurs à partir des données obtenues dans le site de Synadiet<sup>17</sup>

<sup>16</sup> <http://www.synadiet.org/>

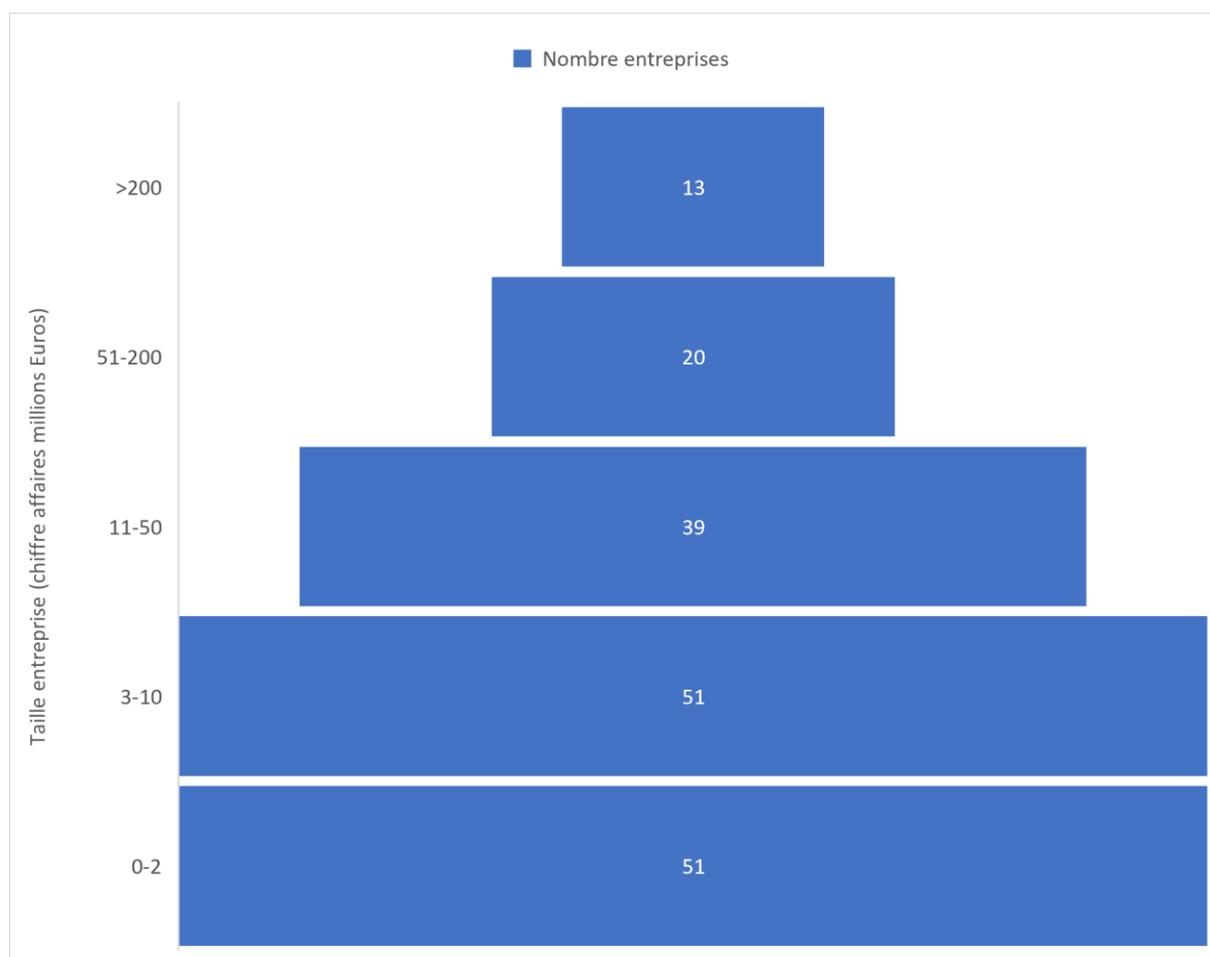
<sup>17</sup> <http://www.synadiet.org/qui-sommes-nous/annuaire-adherents>

Le deuxième élément à souligner est qu'il s'agit d'un secteur économique essentiellement composé de micro et petites entreprises. Ainsi, si nous classons les entreprises du secteur en fonction de leur taille (cf. Graphique 2) sur la base des catégories officielles du gouvernement français<sup>18</sup>, cinquante-et-une entreprises du secteur appartiennent à la catégorie des microentreprises, c'est-à-dire qu'elles comptent moins de dix employés et réalisent un chiffre d'affaires inférieur à deux millions d'euros par an. Si l'on ajoute à ces microentreprises les cinquante-et-une qui appartiennent à la catégorie des petites entreprises, elles emploient moins de cinquante personnes et ont un chiffre d'affaires inférieur à dix millions d'euros par an, on obtient que 58,6 % des acteurs du secteur, c'est-à-dire la majorité des acteurs, sont des petites structures. Les entreprises intermédiaires et les grandes entreprises – qui emploient plus de 250 travailleurs et réalisent un chiffre d'affaires de plus de 50 millions d'euros – représentent 19 % des acteurs de la filière (n=33/174). Le reste, soit trente-neuf entreprises (22,4 %), sont des structures de taille moyenne, c'est-à-dire qu'elles emploient moins de deux-cent-cinquante personnes et ont un chiffre d'affaires inférieur à cinquante millions d'euros par an.

---

<sup>18</sup> <https://www.economie.gouv.fr/cedef/definition-petites-et-moyennes-entreprises>

Graphique 2: Nombre d'entreprises de la filière des Compléments alimentaires par taille (chiffre d'affaires en millions d'euros 2019) <sup>19</sup>



Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com<sup>20</sup> et verif.com<sup>21</sup>

La taille des entreprises est, à son tour, répartie de manière asymétrique selon les métiers de la filière. Les entreprises intermédiaires et les grandes entreprises sont des fabricants de produits manufacturés, d'ingrédients et de matières premières. Ces deux segments du secteur représentent 100 % des grandes entreprises et 80 % des entreprises intermédiaires (cf. Graphique 3). Dans le segment des fabricants d'ingrédients et de matières premières, on

<sup>19</sup> Ces données sont basées sur un total de 174 entreprises du secteur pour lesquelles nous avons pu trouver des données fiables en ce qui concerne leur chiffre d'affaires et leur nombre de salariés.

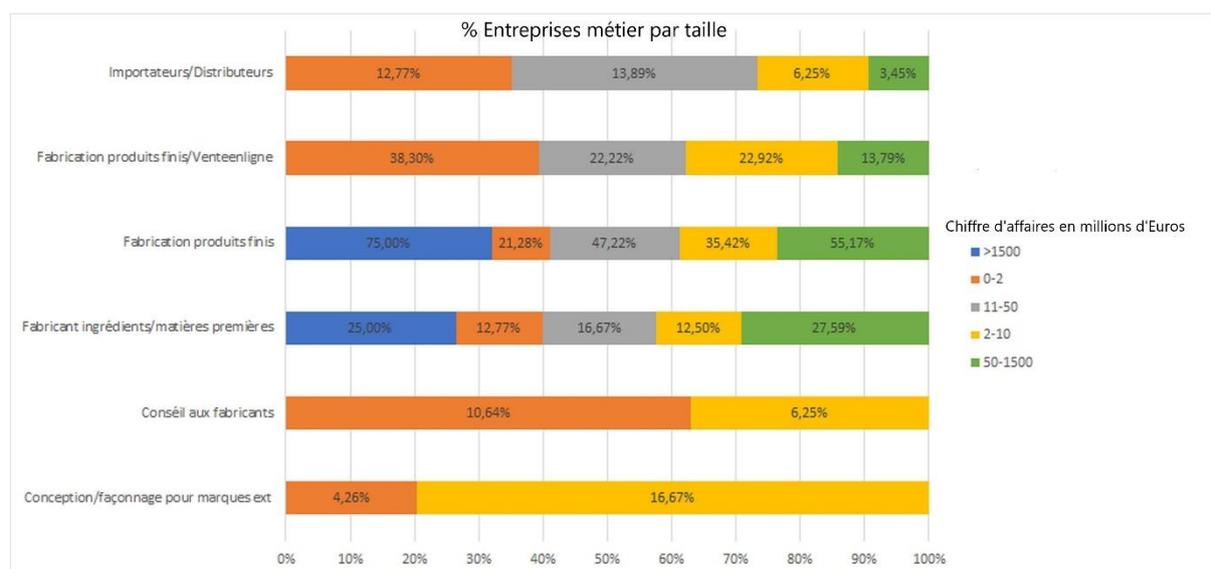
<sup>20</sup> <https://www.societe.com/>

<sup>21</sup> <https://www.verif.com/>

trouve de grandes entreprises du secteur chimique comme Lesaffre international<sup>22</sup>, les laboratoires Seppic<sup>23</sup> ou les laboratoires Robertet<sup>24</sup>.

Il convient de noter que lorsque l'on distingue les fabricants de produits manufacturés de ceux qui fabriquent et commercialisent eux-mêmes leurs produits sur Internet, on se rend compte que les fabricants qui vendent leurs produits directement sur Internet sont des micros et petites entreprises (71 % du total des vendeurs en ligne). En d'autres termes, les fabricants de produits manufacturés se répartissent entre les grandes entreprises qui distribuent leurs produits par l'intermédiaire de sociétés de distribution et les très petites entreprises qui vendent leurs produits directement sur Internet.

Graphique 3: Nombre d'entreprises (en % du total du segment) par taille (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)



Source : Auteurs

D'un point de vue structurel la filière est dominée par les fabricants de produits finis. Ce segment concentre 89,55% du chiffre d'affaires cumulé du secteur. Parmi ces fabricants quatre grands groupes concentrent plus du 80% du total du chiffre d'affaires des acteurs de la filière : Sanofi, Nestlé health science, Nutricia et Lesaffre.

<sup>22</sup> <https://www.lesaffre.com/fr/>

<sup>23</sup> <https://www.seppic.com/fr>

<sup>24</sup> <https://www.robertet.com/>

## 2.3. Les positionnements de marché et les poids structurels des entreprises de la filière des Compléments alimentaires

Cette section a pour but d'analyser les positionnements de marché des différentes entreprises de la filière. Il s'agit de regarder si les différents acteurs sont spécialisés dans un type de produit (santé, beauté, sport, etc.), ingrédient, groupe de population ou tout autre élément qui définirait l'identité des différentes sociétés analysées. Cette analyse se fera par métiers de la filière : fabricants d'ingrédients et matières premières, importateurs et distributeurs d'ingrédients et de compléments alimentaires, cabinets de conseil et fabricants de produits finis<sup>25</sup>. Cette distinction par métiers répond à un souci de cohérence analytique. Ainsi dans chaque métier, on peut supposer que les stratégies de positionnement ne peuvent pas être les mêmes et deviennent donc incomparables. Pour identifier les stratégies de positionnement de l'ensemble d'acteurs analysés, nous nous sommes basés sur les informations présentées par les entreprises elles-mêmes sur leurs sites web, notamment dans les onglets : « à propos », « nos valeurs », « notre histoire », « notre savoir-faire ».

Dans cette section nous verrons que la plupart d'entreprises, tous métiers confondus, ont une offre généraliste. En d'autres termes, il n'existe pas un positionnement particulier entre les différents acteurs d'un même métier. Cette constante est sans appel pour le segment des importateurs et distributeurs d'ingrédients et pour le segment des cabinets de conseil. Il existe cependant des positionnements de marché différentiels pour le segment des entreprises dédiées à la fabrication d'ingrédients et de matières premières et pour celui des fabricants de produits finis.

### 2.3.1. Les cabinets de conseil

Toutes les entreprises de conseil du secteur identifiées<sup>26</sup> (n=10) proposent une offre de services comprenant un soutien scientifique, réglementaire et de communication aux

---

<sup>25</sup> Nous avons intégré dans une même catégorie d'analyse les distributeurs de produits finis, les concepteurs et façonneurs et les fabricants de produits finis. Cette décision a été prise car des nombreux fabricants sont à leur tour distributeurs. En ce qui concerne les concepteurs et façonneurs ils ont des logiques de positionnement qui reproduisent celles des fabricants de produits finis.

<sup>26</sup> Voir les sites de ces cabinets :

<http://corimahb.fr/>

<https://www.nutraveris.com/fr/>

<https://www.nutrikeo.com/>

<https://science-nutrition.com/>

<https://www.pharmanager-development.com/>

<http://www.rni-conseil.com/>

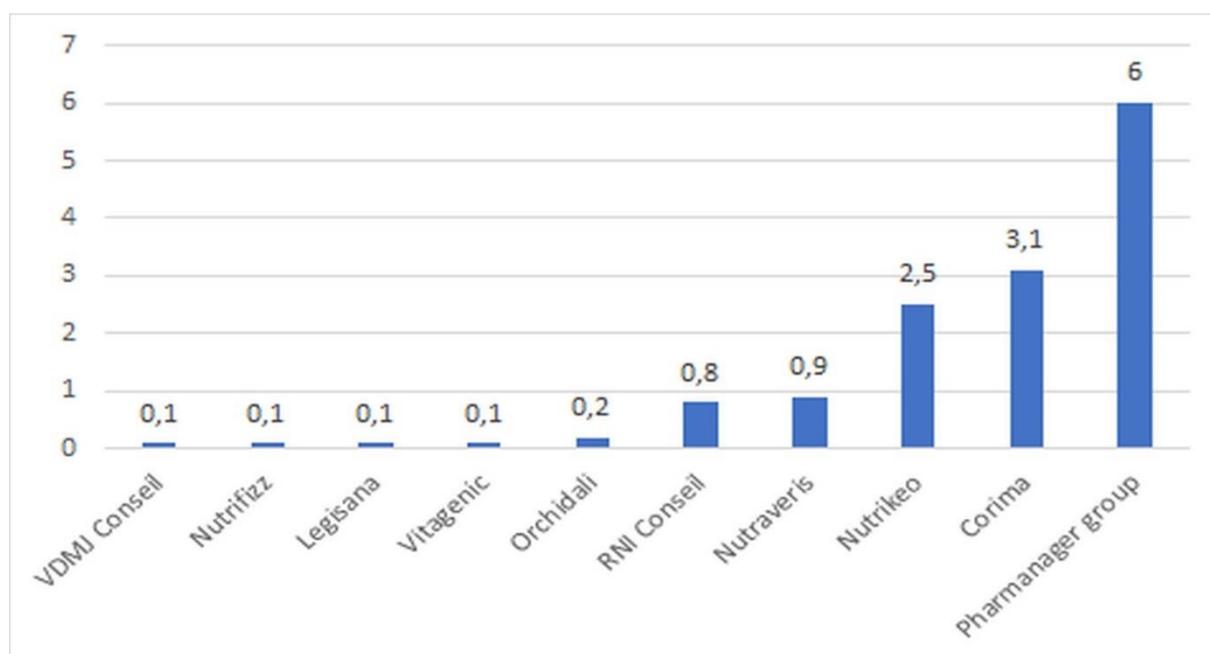
<http://www.vdmj-conseil.com/>

<https://nutrifizz.fr/>

fabricants de produits finis. Ces cabinets de conseil accompagnent leurs clients dans les démarches qui permettent de prouver les qualités et les effets nutritionnels et physiologiques d'un produit. Ils accompagnent les fabricants de produits finis dans leurs démarches réglementaires (demande d'allégations, demandes de mises sur le marché). Ils offrent ainsi des modules de formation aux fabricants et des outils informatiques qui les guident dans les montages de dossiers administratifs destinés aux autorités compétentes (EFSA, DGCRF). Enfin, ces cabinets aident les fabricants à définir leur stratégie marketing en proposant des études de marché ou en offrant des conseils en communication.

Les entreprises du métier du conseil sont dans leur ensemble des micro et petites entreprises dont les plus importantes sont Pharmanager group, Corima health-beauty et Nutrikeo (cf. Graphique 4). Ces trois entreprises concentrent 83,45% du chiffre d'affaires du segment.

Graphique 4 : Taille des entreprises de conseil (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)



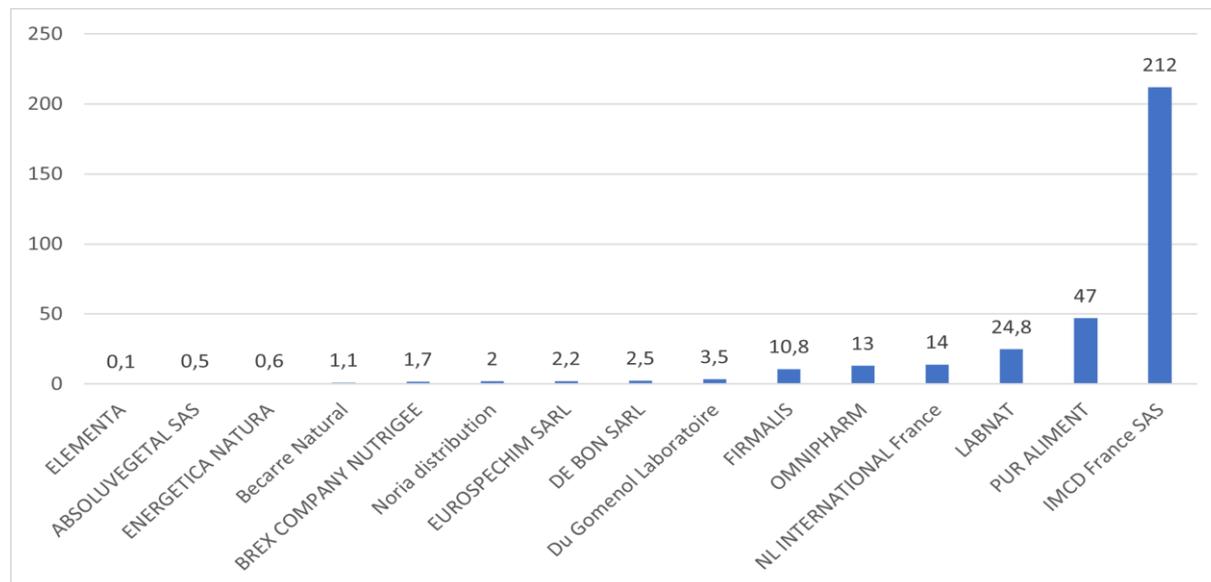
Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com et verif.com

## 2.3.2. Importateurs et distributeurs d'ingrédients

Les importateurs et distributeurs d'ingrédients ne présentent aucune spécificité ou critère de distinction apparent entre eux. Ainsi, ils sont tous importateurs et distributeurs de toute sorte d'ingrédients. Des douze sociétés analysées seule une entreprise revendique une spécificité. Il s'agit de la société Becarre natural<sup>27</sup>, qui se présente comme une société spécialisée dans la distribution d'extraits de plantes.

Dans ce segment de la filière les entreprises sont majoritairement (7/12) des sociétés de petite taille — micro et petites entreprises – mais on trouve également des entreprises moyennes et (4/13) et une entreprise intermédiaire : IMCD groupe (cf. Graphique 5). C'est à nouveau un segment très concentré sur deux entreprises, Pur aliment et surtout IMCD France. Cette dernière concentre 63,13% du chiffre d'affaires de ce segment de la filière.

Graphique 5 : Taille des entreprises d'importation et distribution d'ingrédients (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)



Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com et verif.com

<sup>27</sup> <http://www.becarre-natural.com/>

### 2.3.3. Fabricants d'ingrédients et de matières premières

La plupart des entreprises de ce segment de la filière (n=23/27) fabriquent des ingrédients destinés à toutes sortes de compléments alimentaires. Cependant, nous y trouvons quatre entreprises produisant uniquement des ingrédients destinés aux compléments alimentaires fabriqués par l'industrie cosmétique : Alban Muller<sup>28</sup>, Codif<sup>29</sup> international, Green plants extracts<sup>30</sup> et Sophim<sup>31</sup>.

Une grande partie des entreprises de ce segment de la filière produisent des ingrédients variés (15/27) — vitamines, minéraux, substances ou molécules à effets physiologiques (caféine, glucosamine, oméga-3, etc.), plantes ou préparations à base de plantes (valériane, aubépine, harpagophytum, etc.), ingrédients d'origine animale (gelée royale, propolis, huiles de poisson, etc.), ferments et levures (probiotiques, levure de bière, etc.) et fruits et légumes (myrtille, artichaut, ail noir, etc.). Cependant, une douzaine d'entreprises sont spécialisées dans la production d'un ingrédient spécifique. Dix entreprises produisent exclusivement des extraits de plantes. La société Kerat'innov<sup>32</sup> produit exclusivement de la kératine et le groupe Lesaffre<sup>33</sup> est spécialisé dans la production de ferments.

C'est dans ce segment de la filière que la taille des entreprises devient majoritairement plus importante que pour le reste de segments analysés jusqu'à présent. En effet, un nombre important de producteurs d'ingrédients (15/27) sont des entreprises moyennes (7/27) ou intermédiaires (8/27). Il est à souligner la présence dans ce segment de la filière d'une très grande entreprise : le groupe Lesaffre. Ce géant de la chimie présente un chiffre d'affaires de deux milliards d'euros annuels (cf. Graphique 6). Quatre groupes concentrent 80,19% du chiffre d'affaires associé à ce segment de la filière : Robertet, Seppic, DRT et Lesaffre international.

---

<sup>28</sup> <https://pro.albanmuller.com/>

<sup>29</sup> <http://www.codif-tn.com/>

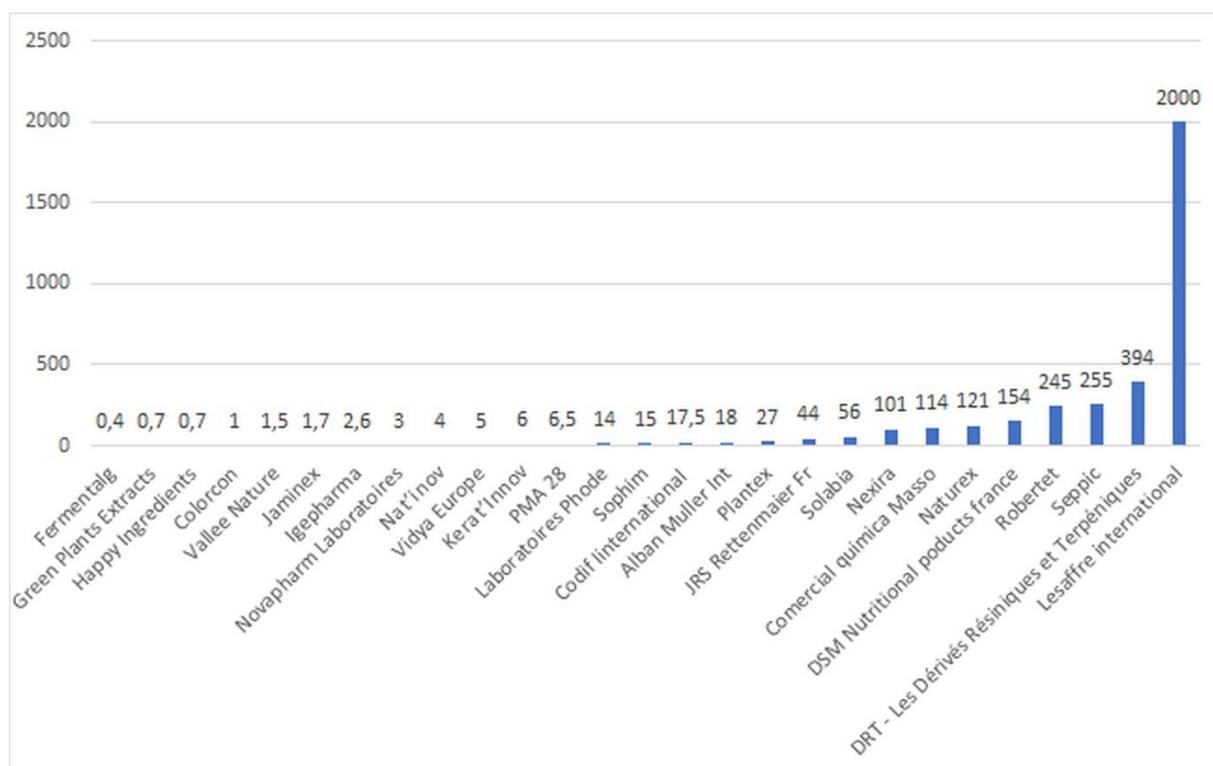
<sup>30</sup> <http://greenplantsextracts.com/>

<sup>31</sup> <https://www.sophim.com/>

<sup>32</sup> <https://www.keratinnov.fr/>

<sup>33</sup> <https://www.lesaffre.com/fr/>

Graphique 6 : Taille des entreprises Fabricants d'ingrédients (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)

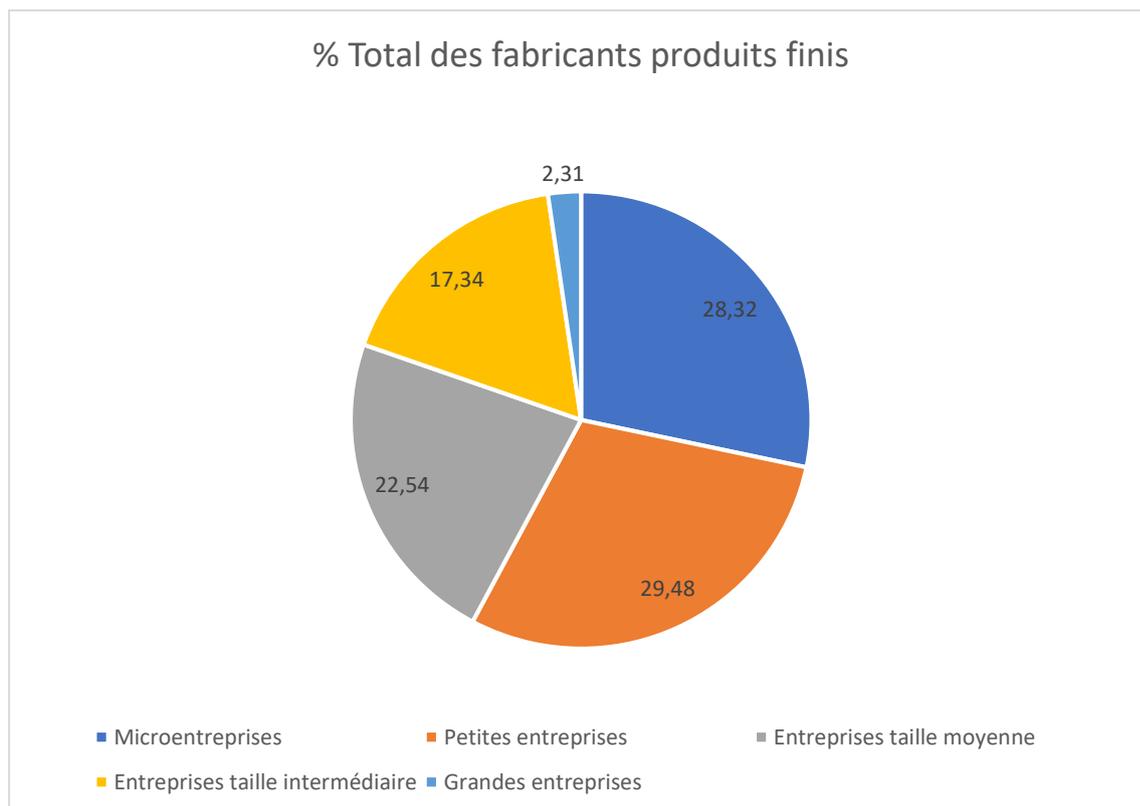


Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com et verif.com

### 2.3.4. Fabricants et distributeurs de produits finis

Le segment des fabricants de produits finis se caractérise par une grande diversité d'entreprises en termes de taille. Les entreprises de ce segment (cf. Graphique 7) sont réparties en proportions équivalentes entre l'ensemble des types d'entreprises : micro-entreprises, petites entreprises, entreprises de taille moyenne et entreprises de taille intermédiaire. Seules les entreprises de grande taille semblent déroger à cette tendance.

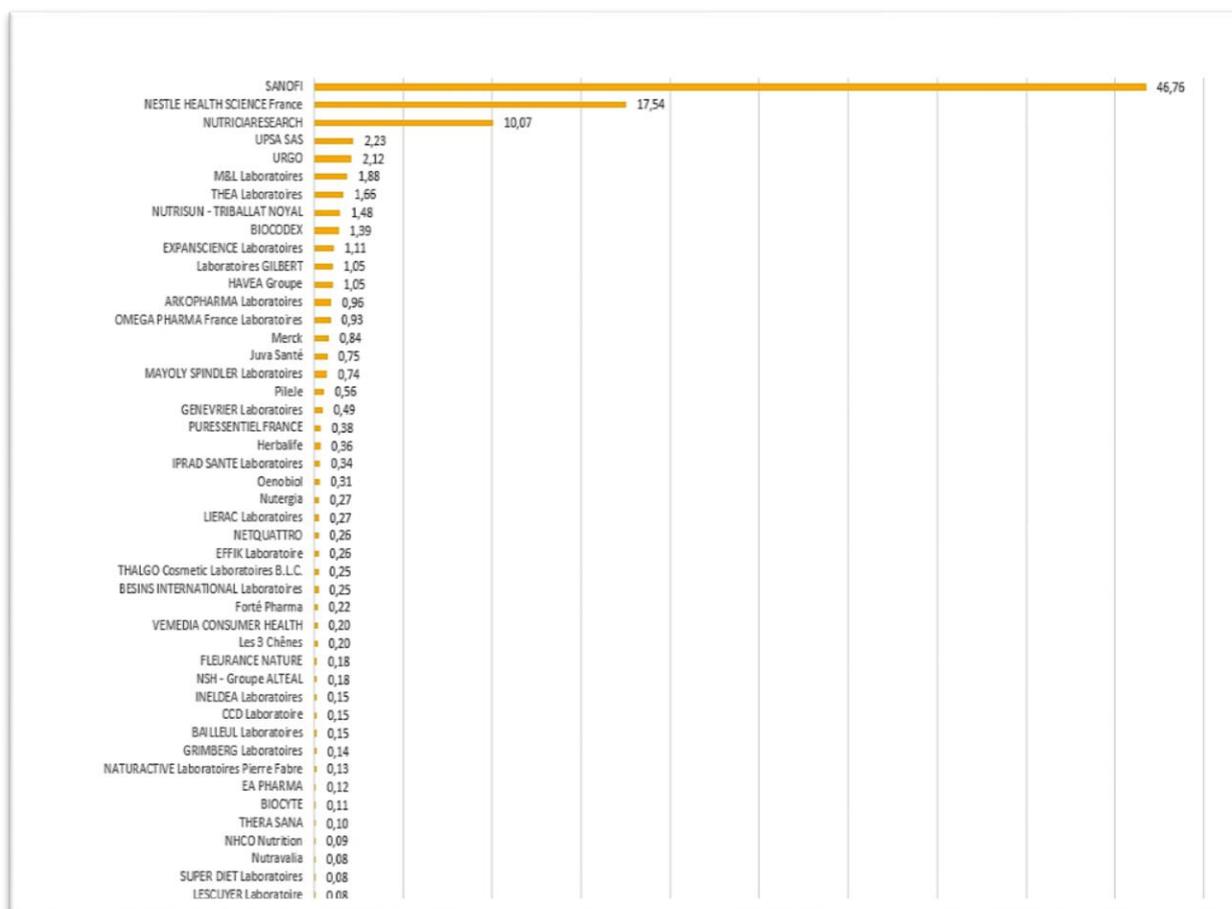
Graphique 7: Répartition des fabricants de produits finis (en % du total de fabricants produits finis) par type d'entreprise en 2019



Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com et verif.com

En termes de chiffres d'affaires, ce segment de filière est concentré autour de trois entreprises : Sanofi, Nestlé health science et Nutricia. Elles concentrent 74,37% du chiffre d'affaires du segment (cf. Graphique 8). Parmi ces trois entreprises, Sanofi est l'acteur le plus doté en capacités financières, avec un chiffre d'affaires annuel de plus de huit milliards d'euros en 2019. Ces données confirment une tendance du secteur, à savoir la concentration par un petit nombre d'entreprises du poids structurel de chaque segment.

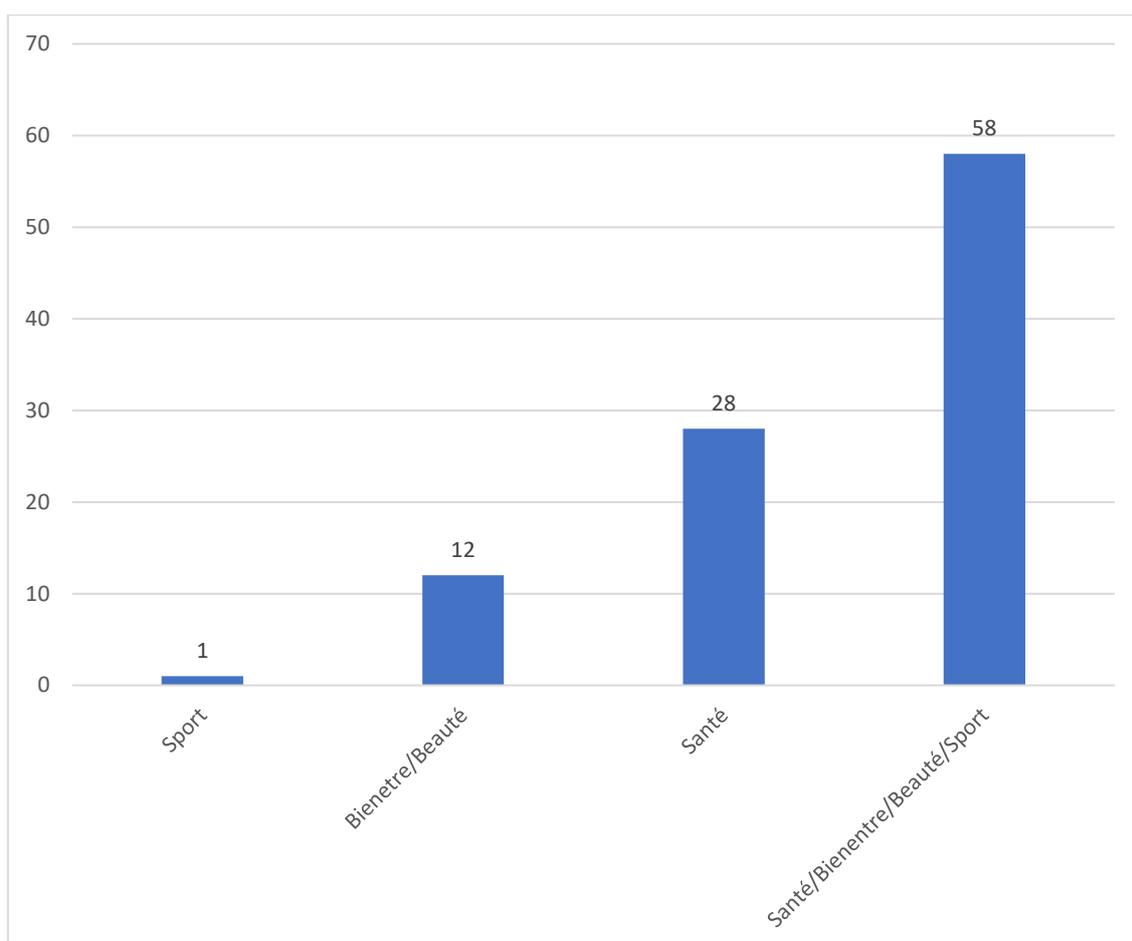
Graphique 8: Répartition par entreprise (en % du total) du chiffre d'affaires des fabricants de produits finis en 2019



Source : Auteurs à partir des données obtenues pour chaque entreprise dans le site société.com et verif.com

En ce qui concerne le positionnement du marché nous constatons une segmentation limitée. En d'autres termes, la plupart des fabricants de compléments alimentaires ont un positionnement de marché très similaire. Ainsi, si l'on examine le type de promesses par rapport auxquelles se positionnent les différents fabricants, on constate que la grande majorité d'entre eux se positionne sur toutes les promesses possibles : Santé, bien-être, beauté et sport (cf. Graphique 9). La conséquence de ce positionnement majoritaire est que les fabricants qui souhaitent se distinguer des autres opérateurs ne peuvent le faire qu'en se spécialisant dans l'une des promesses : santé, bien-être, beauté et sport.

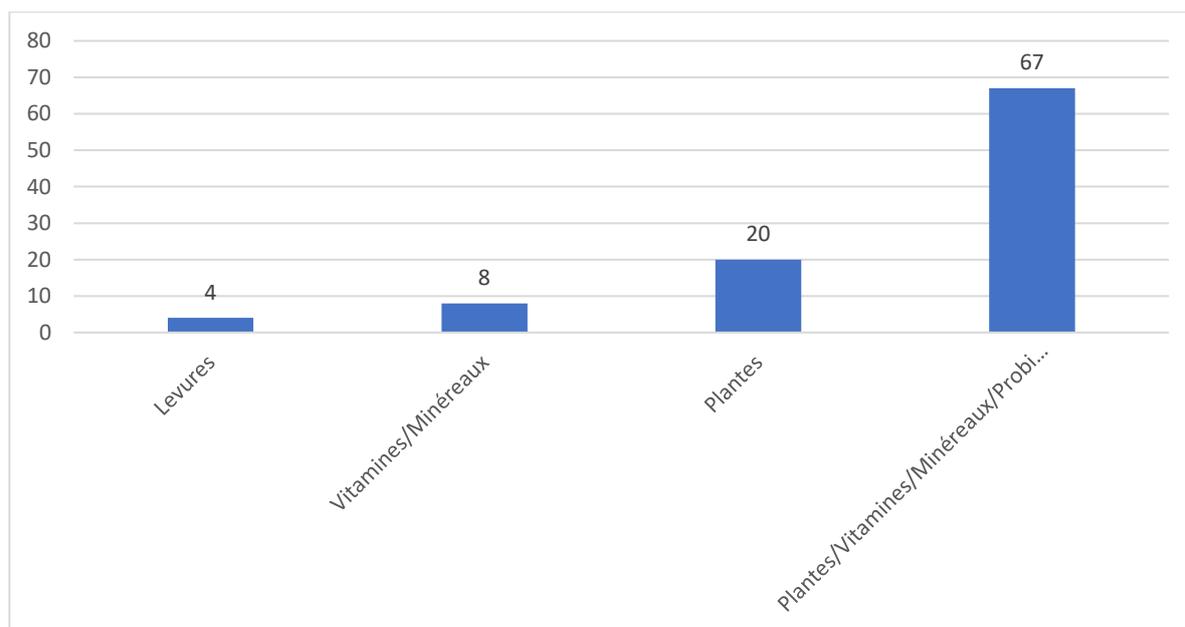
Graphique 9 : Nombre fabricants produits finis par type de promesse en 2019



Source : Auteurs

Le positionnement des différents fabricants en ce qui concerne les ingrédients est également généraliste. La majorité des acteurs utilisent tous les ingrédients possibles. Les opérateurs qui se démarquent (32/99), le font en se spécialisant dans un ingrédient, notamment dans l'utilisation de plantes et d'extraits de plantes (20/32) (cf. Graphique 10).

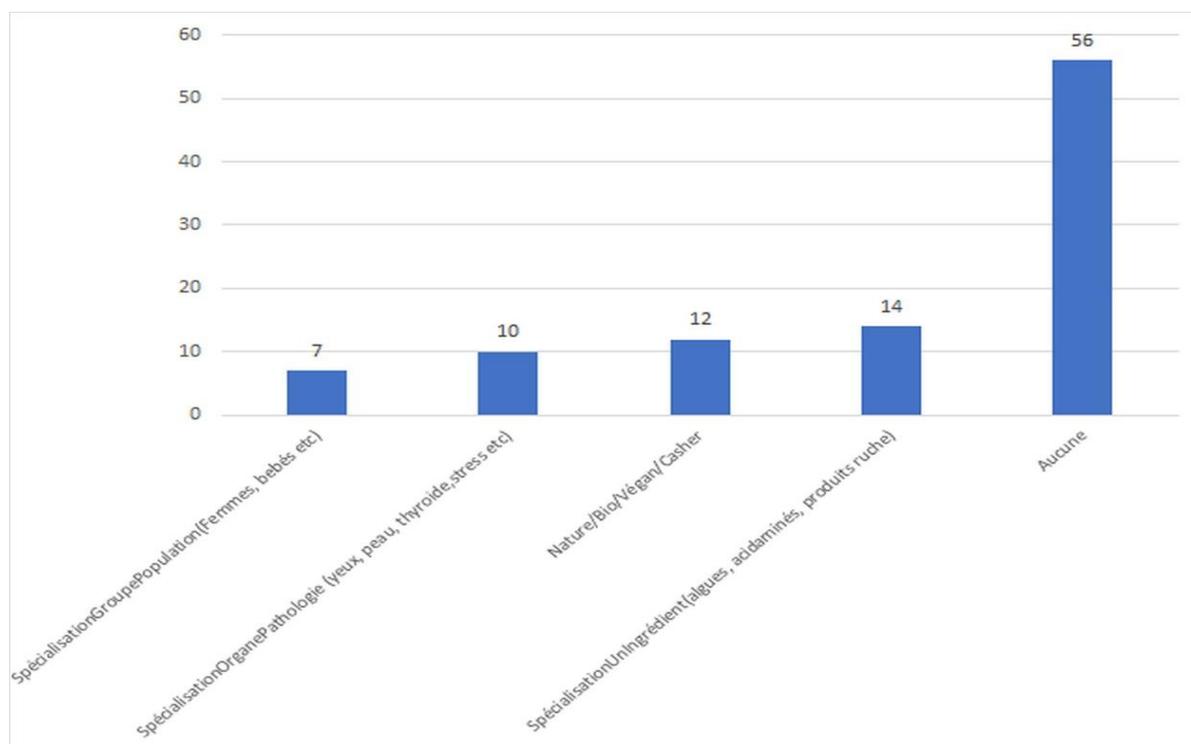
Graphique 10 : Nombre fabricants produits finis par type d'ingrédients utilisés en 2019



Source : Auteurs

Enfin, la plupart des entreprises ne s'appuient sur aucune spécificité – groupe de population, pathologie, etc. – pour se distinguer des autres. Plus précisément, la grande majorité (56/99) des entreprises se présentent, dans leurs stratégies de communication, comme des spécialistes de la santé naturelle (cf. Graphique 11). Il s'agit d'une stratégie générale visant à mettre en avant le caractère naturel des compléments alimentaires (cf. Document 2).

Graphique 11 : Nombre fabricants produits finis par type de spécialisation en 2019



Source : Auteurs

### Document 2 : Présentation de l'entreprise Dayang



Présentation de la gamme COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES DAYANG par Jean-Charles Schnebelen. Pharmacien de formation, expert en nutrition, phytothérapie et aromathérapie, membre du comité scientifique de la revue de référence «Phytothérapie» et Directeur scientifique du laboratoire Dayang.

Les Français sont de plus en plus nombreux à se tourner vers des **produits naturels** pour entretenir leur santé et apporter une réponse mesurée aux inconforts du quotidien. Les compléments alimentaires, et plus largement les produits naturels, font partie d'une tendance de fond liée au « besoin de sens » des consommateurs (Source : Synadiet - « Compléments alimentaires à base de plantes »).



>> Voir les produits COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

Source : <https://www.dayang.fr/complements-alimentaires-univers361>

Les entreprises qui développent des stratégies de différenciation (43/99) le font selon quatre axes. Tout d'abord, certains fabricants axent leur communication sur des questions liées au respect de l'environnement et de la santé des consommateurs en proposant des produits « Bio » et « végans » (n=12) (cf. Document 3). Ce groupe comprend un petit nombre d'entreprises qui fabriquent également des produits répondant à des exigences culturelles (n=2) (cf. Produits casher et halal).

## Document 3: Présentation des laboratoires Dioter

LABORATOIRE  
**Dioter**

Rechercher un article

Espace Client

Panier

SANTÉ NATURELLE FLEURS DE BACH BIO LABO SANTÉ SILICE Nos ingrédients Nos engagements qualité

**NOUVEAU** En savoir plus

**100% BIO**  
**100% d'origine végétale**

Sans arôme - Sans colorant - Sans conservateur

Flacon doseur **antigoutte** précis Bouchon **sécurité** enfant

100% **pratique et recyclable** 150 ml 5 ml/jour (30 jours)

LABORATOIRE  
**Dioter**

FABRIQUÉ EN FRANCE

CERTIFIÉ  
**AB**  
AGRICULTURE BIOLOGIQUE

CERTIFIÉ PAR FR-BIO-01  
AGRICULTURE DE FON DE

Source : <https://www.labodioter.com/index.cfm>

La deuxième stratégie de distinction identifiée concerne les entreprises qui se spécialisent en visant un groupe de population : les femmes, les personnes âgées, les bébés (n=7) (cf. Document 4). Le troisième axe de positionnement distinctif concerne les entreprises qui tendent vers la médicalisation des compléments alimentaires. Il s'agit de sociétés qui disent se spécialiser dans la prévention d'une pathologie, dans le bon fonctionnement d'un organe (cf. foie, yeux, reins, etc.) ou dans le développement de compléments alimentaires pour palier les carences nutritionnelles liées au traitement de certaines pathologies (n=7).

Font partie de ce groupe les laboratoires Théa, spécialisés en compléments alimentaires orientés vers la prévention des pathologies oculaires. Dans le groupe des entreprises dédiées à palier les carences qui découlent d'une pathologie apparaît, par exemple, Pileje (cf. Document 5). Certaines de ces entreprises se situent à la frontière du complément alimentaire et quelquefois en sortent pour se placer dans le domaine de ce qui est connu sous le nom de nutrition clinique. C'est notamment le cas de Nestlé health science (cf. Document 6) et de Nutricia.

## Document 4 : Présentation des laboratoires Effik



Source : <https://effik.fr/>

## Document 5 : Extrait de la communication des laboratoires PiLeJe

L'approche complémentaire : palier des effets indésirables ou optimiser l'action d'un traitement

Un déficit en magnésium est courant dans la population générale et peut avoir pour origine la prise de certains médicaments. C'est le cas des diurétiques qui peuvent favoriser son élimination urinaire, des inhibiteurs de la pompe à protons<sup>1</sup> qui diminuent notamment son absorption intestinale, ou encore des oestro-progestatifs (comme le traitement hormonal de la ménopause ou la contraception hormonale) qui augmentent les besoins de l'organisme en magnésium.

La prise de ces médicaments au long cours devrait idéalement se faire en optimisant parallèlement les apports en magnésium via une prise en charge micronutritionnelle adaptée ou en favorisant les aliments riches en magnésium.

Source : [PiLeJe | La micronutrition au cœur d'une médecine de santé](#)

Document 6 : Présentation de Nestlé Health Science

## Bienvenue chez Nestlé Health Science

### Quand la nutrition prend part à la thérapie

Le rôle donné à la nutrition entre dans une ère nouvelle de découvertes et d'innovation, non seulement en apportant des réponses aux carences nutritionnelles, mais également par l'impact thérapeutique direct qu'il pourrait avoir. Ces solutions nutritionnelles modifient notre approche de la prévention et de la prise en charge des maladies tout au long de la vie.

NOS MARQUES

NOTRE EXPERTISE

PROFESSIONNELS DE SANTÉ

Source : <https://www.nestlehealthscience.fr/>

Le dernier axe de distinction des fabricants analysés concerne l'utilisation d'un seul produit dans la production des compléments alimentaires - cactus mexicain, algues, sel de l'Himalaya, produits de la ruche, etc. On trouve dans cette catégorie une poignée d'entreprises (14/99) parmi lesquelles la société Arome-Celte. Ce fabricant produit de compléments alimentaires à base de Lithothamne, une algue bretonne (cf. Document 7). Cette catégorie d'entreprises comprend également le Centre de recherches phytothérapeutiques, une société spécialisée dans l'exploitation de trois plantes africaines (cf. Document 8).

## Document 7 : Présentation d'Arma-Celte

### Laboratoire Arma Celte : qui sommes nous?

#### Qui sommes nous?

C'est lors de ses 15 années comme homéopathe et naturopathe en cabinet médical et grâce à sa passion pour les plantes et les huiles essentielles que **M. Bruno Obriot** PDG fondateur de l'entreprise **Arma Celte®** a d'une part saisi l'importance de l'équilibre acido-basique, clé de voûte d'un bon état sanitaire, et d'autre part eu l'idée d'associer le **LITHOTHAMNE**, une algue bretonne réduite en poudre, aux huiles essentielles et de conditionner le tout en gélule afin d'en sécuriser la prise.

Après une année de recherche et développement, il crée en 2010, l'entreprise **Arma Celte®** et sa gamme de compléments alimentaires afin de rendre accessible à tous la prise d'huiles essentielles à des dosages sécurisés et facile à prendre et avec 2 axes d'actions en une seule gélule : premièrement la prise en charge de l'acidité de l'organisme et deuxièmement une actions ciblées grâce à un mélange d'huiles essentielles.

Le concept **Arma Celte®** est de rendre accessible à tous, des complexes innovants et sécurisés aux huiles essentielles en gélule, avec comme support le **LITHOTHAMNE** en poudre, riche en carbonate de calcium, afin de traiter l'équilibre acido-basique premier axe de travail d'**Arma Celte®**.

Source : <https://www.arma-celte.com/fr/content/7-societe>

## Document 8 : Présentation du Centre de recherches phytothérapeutiques



FRANÇAIS | ESPACE PROFESSIONNEL | MON COMPTE | MON PANIER (vide)

Rejoignez-nous sur facebook !

RECHERCHER

**Le laboratoire**  
QUI SOMMES-NOUS? | DOSSIERS | LEXIQUE | DOCUMENTS

**Nos produits**  
DÉCOUVREZ NOS GAMMES | CARTE MEMBRE

### Qui sommes-nous ?

Situé près de Toulouse, le Centre de Recherches Phytothérapeutiques est un laboratoire de taille humaine, conviviale et à l'écoute de ses clients et des professionnels de santé.

La spécificité du CRP réside depuis 1982 dans la production et la diffusion d'extraits issus de trois plantes africaines inédites reconnues puis ramenées en France par les médecins Pierre et Anne-Marie Tubéry.

Les travaux de recherches et de développement sont menés avec des structures publiques ou privées afin de valoriser les connaissances ancestrales qui ont été observées voilà bientôt 50 ans et de proposer des présentations adaptées aux exigences européennes.

Pierre Tubéry rencontre des guérisseurs, des 'vénérables', et s'initie aux pratiques médicinales ancestrales.

En 1965, le Dr Tubéry arrive en Algérie. C'est là qu'il se lance dans l'étude de 3 plantes africaines, pour s'y consacrer pleinement dès son retour en France en 1967. Il rencontre alors Jacqueline Ragot, pharmacienne, chercheur et docteur en sciences, qui lui apporte ses compétences en chimie et en pharmacologie. Ils fondent ensemble le Centre de Recherches Phytothérapeutiques. De leurs efforts conjugués naissent les premières publications scientifiques sur trois plantes africaines, des brevets et des produits inédits élaborés dans la volonté de nous apporter à tous les bienfaits de ces plantes.

Source : <https://www.crp-phyto.com/fr/cms/7-qui-sommes-nous>

### 2.3.4.1. Des positionnements en fonction de la taille

Une analyse des correspondances multiples permet d'identifier les corrélations potentielles entre la taille des entreprises, leur positionnement en matière de promesses (santé, bien-être, sport, beauté) et le type de spécialité revendiquée (spécialiste d'un organe et/ou d'une pathologie, spécialiste d'un ingrédient, spécialiste du respect de la nature — bio, végétalien — ou spécialiste d'un groupe de population - femmes, hommes, bébés, personnes âgées). Les entreprises ont été classées en fonction de leur taille sur la base des définitions officielles déjà utilisées antérieurement et incarnées par quatre catégories administratives : micro, petites, moyennes, entreprises intermédiaires et grandes entreprises.

L'analyse des correspondances multiples indique une correspondance entre la taille de l'entreprise et son positionnement sur le marché sur le plan de promesses et des spécialités revendiquées. Ainsi, le premier axe du graphique symétrique (cf. Graphique 12) est défini, dans ses valeurs positives (cf. à droite de l'axe horizontal du graphique 12), par les entreprises intermédiaires et les grandes entreprises spécialisées dans la production de compléments alimentaires dont l'objectif est de palier les carences liées à la présence de certaines pathologies ou à la prévention de la santé de certains organes très précis (cf. entreprises en

rouge dans le graphique 13). C'est un segment du marché qui tend vers une médicalisation de l'offre de compléments alimentaires. Un petit groupe d'entreprises (13/99), dont la plupart appartiennent au secteur pharmaceutique ou agroalimentaire, se situe dans ce segment de marché. Dans le premier cas, on trouve Sanofi, Théa, UPSA, Biocodex ou Urgo Labs. Dans le second cas, nous trouvons Nestlé et Nutricia (Danone).

Cette tendance à la médicalisation portée par les grandes entreprises peut sans doute s'expliquer par les caractéristiques structurelles du secteur. Tout d'abord, parier sur des produits destinés à améliorer la santé des consommateurs est une option risquée. En effet, comme nous l'avons mentionné, cette option nécessite l'obtention d'allégations de santé de la part des autorités de régulation. En d'autres termes, les entreprises doivent pouvoir produire des études, des données et s'inscrire dans des processus de décision dont les temporalités et les résultats sont incertains. Parier sur une stratégie d'innovation nécessite de s'inscrire dans le moyen ou long terme, dans l'espoir de pouvoir offrir des produits « uniques », échappant à la forte concurrence rencontrée par des produits plus faciles à mettre sur le marché sollicitant des compositions, des ingrédients et des allégations déjà autorisés par les autorités régulatrices.

À l'opposé de ce groupe de grandes entreprises se trouvent un certain nombre de micro et petites entreprises généralistes, ayant une offre de produits basée sur des promesses de toutes sortes - beauté, santé, bien-être, sport. C'est dans ce pôle d'entreprises généralistes en ce qui concerne les promesses que nous trouvons des opérateurs spécialisés dans un ingrédient très spécifique — les algues de Bretagne, le sel de l'Himalaya, le miel, etc. — ainsi que des entreprises qui se situent dans le segment des produits présentés comme écologiques : bio et végans. La plupart des fabricants de compléments alimentaires (56/99) sont situés dans ce pôle (cf. Entreprises en bleu dans le graphique 13). Cette donnée est intéressante, car elle implique que l'espace des fabricants est essentiellement composé de micro et petites entreprises généralistes dont les stratégies de distinction se situent dans le domaine du respect de l'environnement ou de la recherche d'ingrédients « exotiques », souvent des plantes, avec une composante d'entreprise « locale » ancrée dans le territoire. Ce groupe comprend, entre autres, des entreprises telles que Aroma Celte<sup>34</sup>, Guayapi<sup>35</sup> et Salvia nutrition<sup>36</sup>.

Le deuxième axe du graphique symétrique (cf. axe vertical du graphique 12) permet d'identifier le deuxième principe de classification du groupe d'entreprises analysé. Cet axe oppose les entreprises intermédiaires, les grandes entreprises et les microentreprises — dans les valeurs positives du deuxième axe — aux entreprises moyennes spécialisées dans les promesses « beauté » ou dans un groupe de population — femmes, hommes, bébés-. Ce groupe compte trente sociétés et est, par conséquent, le deuxième groupe d'entreprises le plus nombreux

<sup>34</sup> <https://www.aroma-celte.com/fr/>

<sup>35</sup> <https://www.guayapi.com/>

<sup>36</sup> <https://www.salvia-nutrition.com/?msckid=8929240c25a31125062b7b0047bac708>

parmi les fabricants de produits finis (cf. Entreprises en noir dans le graphique 13). Dans le groupe des entreprises moyennes spécialisées dans les promesses de « beauté », on trouve des opérateurs tels que Biocyte<sup>37</sup>, Florame<sup>38</sup>, Lierac laboratoires<sup>39</sup> et Oenobiol-Vermedia<sup>40</sup>. L'ensemble des entreprises moyennes spécialisées dans des groupes de population spécifiques comprend, entre autres, les laboratoires Balleul<sup>41</sup>, les laboratoires Effik<sup>42</sup> et Expascience<sup>43</sup>. Ces entreprises relèvent des secteurs cosmétique et pharmaceutique. Elles disposent d'un savoir-faire dans leur domaine et de positions déjà établies dans ces marchés.

---

<sup>37</sup> <https://www.biocyte.com/fr/>

<sup>38</sup> <https://fr.florame.com/>

<sup>39</sup> <https://www.lierac.fr/>

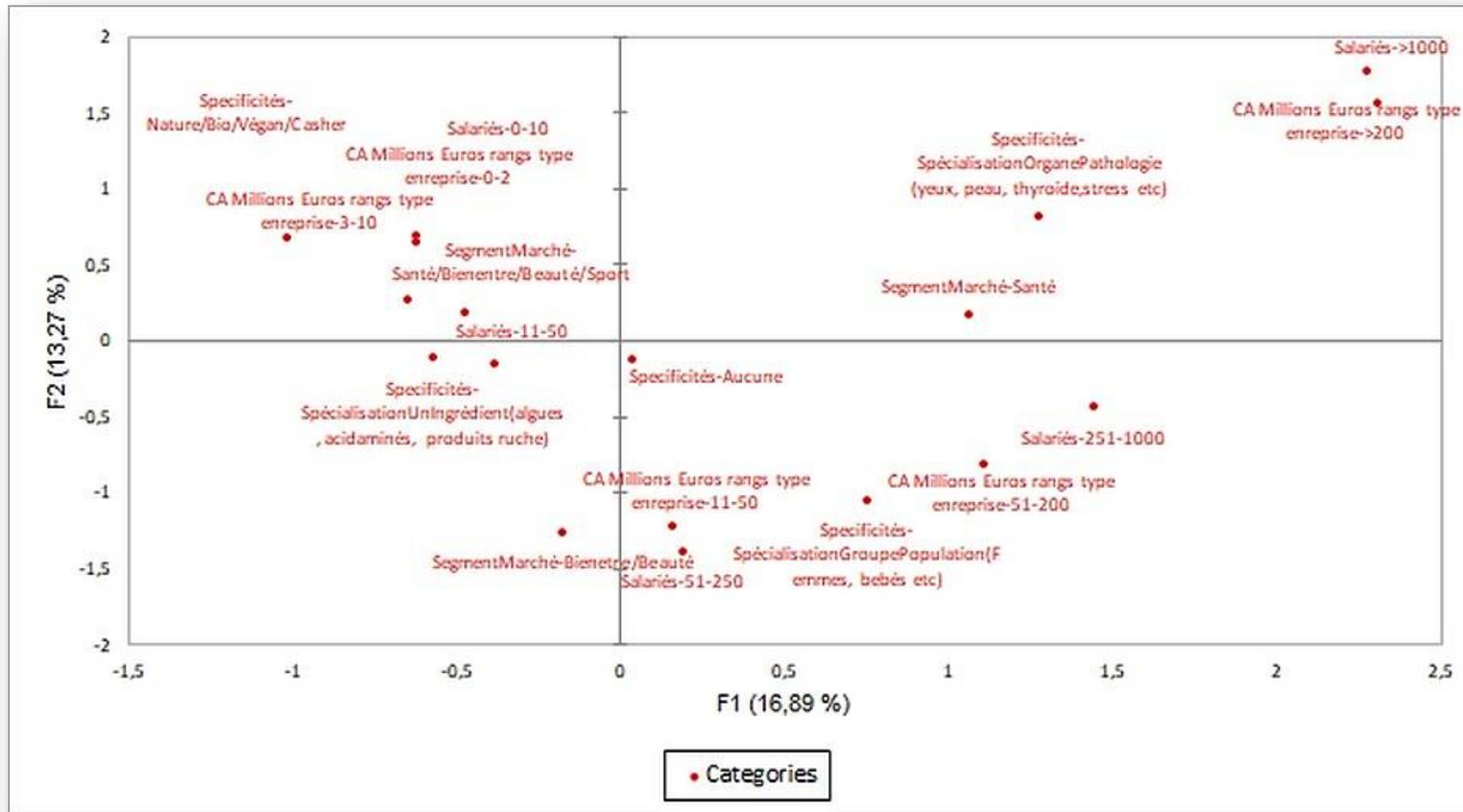
<sup>40</sup> [https://www.oenobiol.com/fr\\_fr/](https://www.oenobiol.com/fr_fr/)

<sup>41</sup> <https://balleul.com/fr/>

<sup>42</sup> <https://effik.fr/>

<sup>43</sup> <https://www.expascience.com/fr/expascience/entreprise>

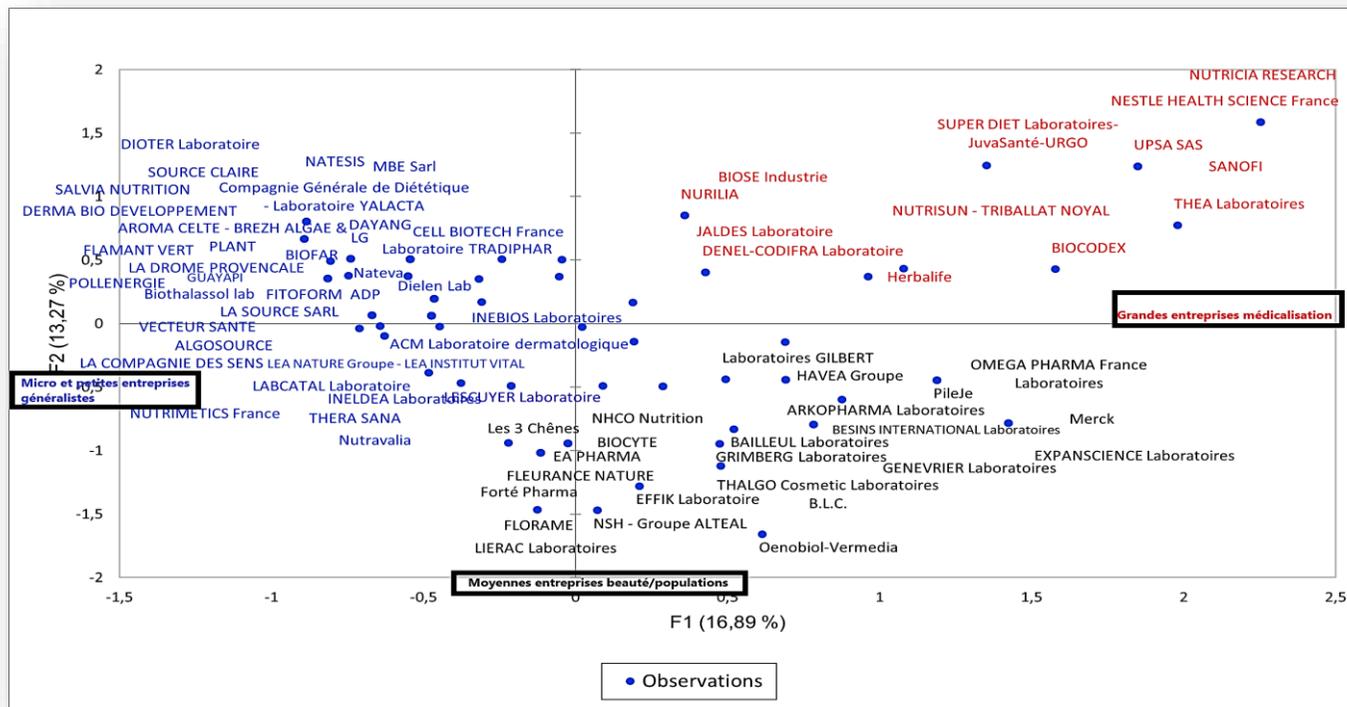
Graphique 12 : Modalités des variables actives axes 1 et 2



Source : Auteurs

à l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

Graphique 13 : Observations axes 1 et 2 (couleurs par cluster d'appartenance)



Source : Auteurs à l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

En résumé, l'espace formé par les fabricants de produits finis est divisé en trois groupes. Tout d'abord, il existe un petit groupe de grandes entreprises très spécialisées dans les produits destinés à la prévention et l'accompagnement du traitement de pathologies. Au pôle opposé se trouvent les petites et les microentreprises dont l'offre de produits est très généraliste, peu spécialisée, et dont les stratégies de distinction, lorsqu'elles existent, se fondent sur des questions liées au respect de l'environnement et des animaux ou à l'utilisation d'un produit « local », souvent à base de plantes, dont elles se disent spécialistes. Enfin, le troisième groupe est composé par les entreprises moyennes dont la spécificité est la production de compléments alimentaires liés à des promesses « beauté » ou des entreprises qui se disent spécialistes d'un certain groupe de population : femmes, hommes, bébés.

## 2.4. Synthèse : Une filière structurée par de fortes inégalités de ressources

Le marché des compléments alimentaires dépend des allégations nutritionnelles et de santé. Ces allégations, et les promesses qui les accompagnent, constituent l'élément clé de l'intelligibilité commerciale d'un produit intrinsèquement abstrait pour le consommateur, en raison de sa nature. La possibilité d'utiliser ces allégations et la formulation concrète qu'elles prendront sont liées aux décisions des autorités européennes. De sorte que les entreprises de la filière ont une autonomie limitée dans l'organisation du marché dans lequel elles opèrent. Cette autonomie limitée en ce qui concerne les nouvelles allégations contraste avec la facilité d'accès au marché dont disposent les entreprises qui souhaitent commercialiser un complément alimentaire dont les ingrédients et/ou les allégations sont déjà autorisés. En effet, l'accès au marché se fait par une simple déclaration aux autorités compétentes dont le rôle est de vérifier que la composition et l'étiquetage du produit déclaré correspondent aux règles en vigueur.

Le marché des compléments alimentaires est principalement composé de micro et petites entreprises. Les entreprises de taille importante se situent dans deux segments de la filière : la fabrication d'ingrédients et matières premières et la fabrication de produits finalisés. En termes de poids structurel, chaque segment de la filière est dominé par une petite poignée d'entreprises. Au niveau de la filière, ce sont les fabricants de produits finis, plus concrètement trois entreprises (Sanofi, Nestlé health science, Nutricia) qui concentrent voire monopolisent le poids structurel en concentrant plus du 80% du chiffre d'affaires de la filière.

L'offre des entreprises du secteur est surtout une offre généraliste. Les entreprises des différents métiers qui composent la filière ont tendance à produire une diversité de services et produits plutôt qu'à se spécialiser dans un seul des services et des produits possibles. Cette tendance à un positionnement généraliste est relativement nuancée dans deux métiers de la filière : la fabrication d'ingrédients et matières premières et la fabrication de produits finalisés. Dans ces deux segments, nous avons pu identifier des positionnements différentiels pour une partie des acteurs qui les composent. En effet, certains fabricants d'ingrédients et de matières premières sont spécialisés dans les ingrédients utilisés dans les produits affichant une promesse « beauté » et « bien-être ». Une partie des fabricants d'ingrédients se spécialisent dans les extraits de plantes.

Les fabricants de produits finalisés dont le positionnement sur le marché ne correspond pas à un profil généraliste – commercialisent une grande diversité de produits à base d'ingrédients également divers -- développent des stratégies de distinction différentes selon la taille de l'entreprise. Les grandes entreprises, grâce aux moyens financiers et humains dont elles jouissent, proposent des produits destinés à la prévention de maladies spécifiques ou à l'accompagnement de leurs traitements. Les petites et microentreprises se positionnent sur le

segment des produits bio et végans ainsi que sur le segment des produits à base d'un seul ingrédient « exotique » — algues bretonnes, miel, plantes africaines — lié à un territoire ou à une région. Les entreprises dont le positionnement sur le marché se fonde sur une spécialisation liée à des promesses « beauté » ou à des cibles « groupe de population » sont généralement des entreprises de taille moyenne. Ce sont également des entreprises du secteur cosmétique et pharmaceutique qui disposent d'une image de marque et d'un savoir faire dans ces domaines.

### **3. LES ACTIVITES D'ORDRE COGNITIF DE LA FILIERE DES COMPLEMENTES ALIMENTAIRES**

Ce chapitre est consacré à la description des activités politiques d'ordre cognitif identifiées lors du travail de terrain. Il présente l'inventaire le plus exhaustif possible des modalités de ces activités, ainsi que des acteurs en charge de leurs mises en œuvre dans le secteur des compléments alimentaires.

La notion d'« activités politiques d'ordre cognitif » fait référence aux pratiques de production et de diffusion de savoirs et d'arguments mis en œuvre par les acteurs du secteur des compléments alimentaires en France. Il s'agit pour eux de produire ou de diffuser à travers elles des savoirs scientifiques, des arguments techniques, économiques, légaux, philosophiques ou moraux visant à justifier la nécessité et l'intérêt du secteur et ainsi nuancer, affaiblir ou invalider les savoirs scientifiques et arguments de toute autre nature utilisés pour justifier un projet de politique publique non souhaité par les acteurs économiques dans le champ des compléments alimentaires, ou dans un champ afférant<sup>44</sup> (cf. Tableau 2).

Ces activités comportent dans le cas des compléments alimentaires deux modalités : la « production orientée de connaissances » et le « cadrage du problème et des solutions ».

---

<sup>44</sup> Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.

Tableau 2: Activités politiques cognitives

Modalités	Activités	Acteurs dédiés
<b>a. Production orientée de connaissances</b>	Financer des recherches favorables Participer à des évènements scientifiques Isoler les informations positives ( <i>Cherry pick data</i> )	Chercheurs, <i>Think tanks</i> , Chargés communication scientifique
<b>b. Produire du doute</b>	Mettre en contradiction les enquêtes Identifier des points de controverse Souligner les limites de la recherche Faire parler des chercheurs « amis »	<i>Idem</i>
<b>c. Recadrer les débats</b>	Mobiliser des personnalités légitimes Organiser des évènements scientifiques	<i>Idem</i>

Source : Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.

### 3.1. Les modalités des activités d'ordre cognitif

Dans le cas de l'industrie des compléments alimentaires, les activités cognitives impliquent essentiellement la production et la diffusion de connaissances sur trois sujets différents. Le premier thème concerne l'effet positif des compléments alimentaires et de leurs ingrédients sur la santé. Il s'agit de (dé)montrer que les compléments alimentaires et leurs ingrédients sont des vecteurs de prévention des maladies, voire de traitement de certaines pathologies. Dans ce sens, on peut parler d'une activité de production orientée de connaissances : établir une ligne de recherche guidée par la quête d'un résultat fixé par avance.

Le deuxième thème dans le cadre des activités cognitives concerne la malnutrition et la sous-alimentation de populations spécifiques - enfants, personnes âgées, malades. Le troisième thème sur lequel des connaissances sont produites et diffusées concerne le potentiel de l'utilisation des compléments alimentaires comme stratégie de santé préventive et comme

levier pour la réduction des coûts des systèmes de santé. Il s'agit d'une pratique de « cadrage du débat »<sup>45</sup>. En d'autres termes, les industriels déplacent le débat de la question des compléments alimentaires et leur efficacité pour la santé vers celle de questions socio-économiques plus larges.

En ce qui concerne la production et la diffusion des effets positifs sur la santé des compléments alimentaires et de leurs ingrédients, les acteurs de l'industrie utilisent différents canaux. Premièrement, l'industrie finance des programmes de recherche sur les effets positifs potentiels des compléments alimentaires sur la santé. La plupart des fonds sont destinés à des équipes de recherche dans des centres universitaires publics. Ce financement est assuré directement par les entreprises du secteur ou indirectement par l'intermédiaire d'organismes créés par elles. Plus précisément, on trouve l'Institut Arkopharma des disciplines naturelles, propriété du groupe Arkopharma, le Comité international de nutrition, propriété du géant Herbalife, l'institut Olga Triballat, propriété de la société Triballat Noyal, les laboratoires Sanofi-Aventis, Nestlé health science, Nutricia et la société Thea Laboratoires (Cf. Document 9).

---

<sup>45</sup> Benamouzig, D., & Cortinas Muñoz, J. (2019). *Les stratégies politiques...*Op. cit.

## Document 9 : Partenariats avec des centres de recherche Théa Laboratoires

Théa s'est engagé dans la construction de partenariats solides et durables en signant des accords de licence avec des chercheurs, des Universités, des laboratoires pharmaceutiques ou des sociétés de biotechnologie.

*Coopération entre recherche publique et privée*

### Institut de la Vision

Théa est par ailleurs entré dans un nouveau mode de coopération entre recherche publique et privée en créant une antenne de recherche au sein de l'Institut de la Vision. Installé à Paris dans le centre hospitalier des Quinze-Vingts, c'est l'un des plus grands centres de recherche intégrée en Europe sur les maladies de la vision. Conçu comme un lieu de rassemblement et d'échanges, il réunit sur un même site la recherche fondamentale, clinique et industrielle, favorisant ainsi le partage des concepts et des techniques, la « cross-fertilization » des compétences et l'émergence de nouvelles pistes de recherche. Son objectif est de trouver des réponses thérapeutiques aux pathologies sources de malvoyance, telles que la dégénérescence maculaire, le glaucome ou la rétinopathie diabétique.

*Nutrition et maladies oculaires*

### Avec le CHRU de Bordeaux et Inserm U897

Dans le domaine des compléments nutritionnels à visée oculaire, Théa soutient l'étude "Aliénor", mise en place en 2006, qui est l'une des rares études épidémiologiques en cours, comportant à la fois des données nutritionnelles et ophtalmologiques. Elle est réalisée grâce à la collaboration de l'Inserm U 897 Epidémiologie et Biostatistiques et le Service d'Ophtalmologie du CHU de Bordeaux. Ce programme constitue un outil exceptionnel pour étudier le rôle de la nutrition dans les maladies oculaires.

*Partenariat avec*

### Ophta Biotech

Théa est partenaire d'Ophta Biotech, une association soutenue par Eurobiomed, réunissant des acteurs du diagnostic, de la thérapie et de la recherche en ophtalmologie, autour d'associations de patients et visant à favoriser l'émergence de projets ainsi que le développement de nouveaux outils au service des populations malvoyantes.

Source : [Partenariats | Théa \(laboratoires-thea.com\)](http://laboratoires-thea.com)

Parallèlement à ces instances, Iteipmai est un institut technique qui développe des recherches pour le compte des acteurs de la branche des plantes aromatiques, médicinales et à parfum. L'une des missions de l'institut est d'étudier les avantages potentiels des plantes et de leurs composants pour la santé. Il est dirigé par les acteurs économiques de la filière plantes. Au niveau international, les acteurs de l'industrie ont créé un institut de recherche spécialisé dans l'étude des liens entre la nutrition, les nutriments et la santé. Il s'agit du Top Food and Nutrition

Institute (TIFN) <sup>46</sup> financé notamment par Nutricia - filiale de Danone - et DSM *nutrition products france*, fabricant d'ingrédients pour le secteur des compléments alimentaires.

Les acteurs de l'industrie ne se contentent pas de financer des recherches montrant les effets bénéfiques des compléments alimentaires sur la santé. Ils mènent aussi une intense activité de diffusion de ces études. L'industrie organise des ateliers et des séances d'information lors de conférences scientifiques. En France, le congrès de la Société française de nutrition sert de plate-forme pour diffuser les résultats d'études destinées à souligner les effets bénéfiques des compléments alimentaires sur la santé.

*Document 10 : Ateliers Arkopharma et Sanofi lors de JFN 2019*

**ATELIER LABORATOIRE ARKOPHARMA : SYNDROME DE L'INTESTIN IRRITABLE - PRISE EN CHARGE : APPROCHES NUTRITIONNELLES ET PLACE DES PROBIOTIQUES**  
SESSION SATELLITE | SALLE 14 - NIVEAU 1

ACCÈS LIMITÉ À 80 PERSONNES

- Un problème de reconnaissance de la maladie  
*Jean-Marc SABATE (Bobigny)*
- Particularités pédiatriques  
*Jean-Pierre OLIVES (Toulouse)*
- Prise en charge avec stratégies nutritionnelles et place des probiotiques  
*Jean-Marc SABATE (Bobigny)*

---

<sup>46</sup> [Latest news – TiFN](#)

## SYMPOSIUM SANOFI : PLACE DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES DANS LA PRISE EN CHARGE DU STRESS

SESSION SATELLITE | LA NEF - NIVEAU 0

Modérateur : Sandrine THURET (Londres)



- Neurophysiologie du stress et épidémiologie  
*Marion TROUSSELDARD (Brétigny-sur-Orge)*
- Impact du stress sur la neurogenèse et rôle des facteurs nutritionnels dans la préservation de la santé mentale  
*Sandrine THURET (Londres)*
- Bénéfices d'un nouveau complément alimentaire contenant magnésium, vitamines B, extraits de Rhodiola et de Thé vert durant un stress psychologique aigu : résultats d'une étude randomisée, en double aveugle, contre placebo  
*Louise DYE (Leeds)*

Source : [Les Journées Francophones de Nutrition \(lesjfn.fr\)](http://lesjournéesfrancophonesdenutrition.fr)

La diffusion du discours sur les effets bénéfiques des compléments alimentaires sur la santé passe également par la participation de l'industrie à la formation des professionnels de la santé. L'industrie des compléments alimentaires signe des accords de collaboration avec des universités afin d'intégrer dans les formations de ces professionnels de modules spécifiques sur les compléments alimentaires et la santé. C'est le cas, par exemple, du partenariat signé entre les laboratoires Besins et l'Ecole internationale et européenne de médecine périnatale et reproductive de Florence, ou encore des accords signés par la Fondation Sophia, propriété des laboratoires Genèvevri, avec le Collège des rhumatologues, le Collège national des gynécologues, la Fédération française de formation continue en dermatologie et le Collège national des enseignants généralistes<sup>47</sup>.

La deuxième activité cognitive identifiée dans le travail de terrain fait référence à la promotion de motifs de consommation, qui justifient en termes scientifiques un besoin de compléments alimentaires. L'objectif est de démontrer la nécessité des compléments alimentaires plutôt que leur efficacité. A cette fin, les acteurs du secteur produisent et diffusent des connaissances relatives aux carences nutritionnelles de certains segments de la population. Ces connaissances peuvent concerner des carences nutritionnelles liées à une étape de la vie ou à un événement extraordinaire de la vie : grossesse, allaitement (cf. Document 11). Elles peuvent également concerner les carences nutritionnelles liées au développement et au traitement d'une pathologie - cancer, maladie d'Alzheimer, épilepsie (cf. Documents 12 et 13),

<sup>47</sup> - [Site de la Fondation SOPHIA \(sophia-fondation-genevrier.org\)](http://sophia-fondation-genevrier.org)

etc. Enfin, elles concernent les problèmes nutritionnels liés aux situations de pauvreté (cf. Document 14).

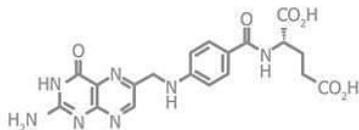
## Document 11 : Carences nutritionnelles de la femme enceinte selon PiLeJe

### La vitamine B9

Son rôle est capital chez la femme enceinte. La vitamine B9 ou acide folique intervient dans la fermeture du tube neural de l'embryon. En cas de carence, elle entraîne **des malformations de la future moelle épinière du bébé** (spina bifida) qui peuvent être à l'origine de graves handicaps voire de décès chez l'enfant à naître. La découverte de cette malformation conduit le plus souvent à une interruption médicale de grossesse.

**On estime que près d'une femme sur 2 en âge de procréer présente un déficit en vitamine B9 et est donc exposée à ce risque.**

En prévention, les autorités de santé recommandent une supplémentation en acide folique pour toutes les femmes, 4 semaines avant la conception et jusqu'à 8 semaines d'aménorrhée, à la posologie de 0,4 mg par jour. Chez les femmes à risque élevée (antécédents de malformations), cette supplémentation est réalisée à dose plus importante (5 mg par jour) par des médicaments.



Source : [PiLeJe | Les déficits en micronutriments et leurs conséquences](#)

## Document 12 : Maladie de Crohn et dénutrition selon Nestlé Health science



MALADIE DE CROHN : TRAITEMENTS ET SYMPTÔMES

### LA MALADIE DE CROHN

#### MALADIE DE CROHN : SYMPTOMES ET TRAITEMENTS

La maladie de Crohn est une affection inflammatoire du tube digestif évoluant par poussées, qui peut toucher principalement l'intestin grêle et le côlon. L'une de ses conséquences directes est la dénutrition.

**Maladie de Crohn et Maladies Inflammatoires Chroniques Intestinales : symptômes** La maladie de Crohn est caractérisée par l'inflammation de la paroi d'une partie du tube digestif. La maladie de Crohn fait d'ailleurs partie des MICI (Maladies Inflammatoires Chroniques Intestinales). Cette inflammation est source de lésions destructrices.

L'état du patient est caractérisé par la nature « cyclique » des symptômes. En effet, les Maladies Inflammatoires Chroniques Intestinales sont souvent caractérisées par une alternance de poussées, dont la survenue est imprévisible, et de phases de rémission plus ou moins prolongées. Durant ces phases de rémission, l'activité de la MICI est stabilisée. La diminution des apports nutritionnels est la cause d'une dénutrition à prendre en charge dès les premiers signes.

Source : <https://www.nestlehealthscience.fr/notre-expertise/pathologies-digestives/maladie-de-crohn-adulte>

## Document 13 : Définition de la malnutrition selon MNI



The screenshot shows the top navigation bar of the MNI website. On the left is the MNI logo with the tagline 'Better care through better nutrition'. On the right are search and member login icons. Below the navigation bar is a breadcrumb trail: Home > About MNI > News > Malnutrition > Medical Nutrition > Grant >. The main content area has a light blue background and features the title 'What is Malnutrition?' followed by a definition, statistics, and a list of affected groups.

**mni**  
Medical Nutrition  
International Industry  
Better care through better nutrition

Search   Member Login

[Home](#) > [About MNI](#) > [News](#) > [Malnutrition](#) > [Medical Nutrition](#) > [Grant](#) >

### What is Malnutrition?

Malnutrition, also called undernutrition or disease-related malnutrition, is a condition where patients are not getting the right nutrition in the right amount to sustain their health. Malnutrition occurs when patients are not able to meet their nutritional needs via the normal diet due to diseases, ageing and/or side-effects of medical treatment (e.g. cancer).

Malnutrition is a condition that affects 33 million people in Europe.

**Malnutrition can affect everyone, including:**

- 1 in 3 patients in care homes
- 1 in 3 older people living independently
- 1 in 4 patients in hospitals
- 1 in 3 cancer patients

Malnutrition is associated with higher complications rate and risk of infections, longer hospital stays and increased mortality.

Malnutrition costs an estimated **€170 billion a year** to European countries.

Below you can find an MNI Infographic that summarises the prevalence, consequences, and estimated costs of malnutrition and it highlights recommendations to tackle it.

Source : [What is Malnutrition? - Medical Nutrition Industry \(medicalnutritionindustry.com\)](https://www.medicalnutritionindustry.com/what-is-malnutrition/)

Document 14 : Création d'un index sur les carences en vitamines par la fondation Sight and Life

## Research: Hidden Hunger Index and Maps

**Goal:** Provide a visual advocacy tool to document the extent of micronutrient deficiencies globally.

Together with leading academic institutions, Sight and Life has developed a Hidden Hunger Index and maps, which highlights the critical issue of hidden hunger using existing data on anemia due to iron deficiency, vitamin A deficiency, and stunting (used as a proxy indicator for zinc deficiency).



Magnitude of Hidden Hunger (Iron, Vitamin A, and Stunting) Deficiencies  
Prevalence of Hidden Hunger

The Hidden Hunger Index is a ranked index of countries affected by multiple micronutrient deficiencies and are updated on a regular basis. The index and maps are an advocacy and accountability tool to show the extent and progress of addressing hidden hunger in countries or regions.

**Partners:** Johns Hopkins University, World Health Organization, Fred Hutchinson Cancer Research Center, DSM, Imperial College

Download the Hidden Hunger Index executive summary [here](#).

Source : <https://sightandlife.org/ourwork/#research&id=1041&f=all>

Cette activité est mise en œuvre par un certain nombre d'instituts et de fondations créés par des entreprises du secteur. Il s'agit de la Fondation Théa - créée par les Laboratoires Théa, de la Fondation Urgo - propriété des Laboratoires du même nom, du Nestlé Nutrition Institute - propriété de Nestlé Health Science, de la Fondation Sight and Life - liée à DSM, de la Medical Nutrition International Industry - une organisation patronale créée par, entre autres, Nutricia et

Nestlé, et de l'European Nutrition Health Alliance - une ONG financée, entre autres, par la Medical nutrition international industry.

Comme pour les connaissances relatives à l'efficacité des compléments alimentaires sur la santé, les organisations que nous venons de mentionner ne se contentent pas de produire des connaissances sur les carences nutritionnelles de certains groupes de population. Elles s'occupent aussi de diffuser ces connaissances par différents canaux. Elles assistent, financent et organisent des sessions lors de congrès scientifiques : Journées francophones de nutrition<sup>48</sup>, Journées de nutrition clinique, European conference on sensory and consumer research<sup>49</sup>, Congrès on clinical nutrition and metabolism<sup>50</sup>, Congrès annuel de la European Society for pediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition<sup>51</sup>, Congrès de la British society of pediatric gastroenterology, l'hépatologie et la nutrition, Congrès de la Société européenne pour les troubles de la déglutition, Congrès de la Société de médecine gériatrique de l'Union européenne<sup>52</sup>, Congrès international sur les erreurs innées du métabolisme, Symposium nordique sur l'allergie ou encore Congrès de la Société européenne de soins infirmiers en oncologie<sup>53</sup>.

Enfin, les acteurs chargés de produire et de diffuser les connaissances sur la malnutrition et la dénutrition dans des populations spécifiques disposent, pour la plupart, de pages web, de blogs et de bulletins d'information destinés à diffuser ces connaissances. Nestlé health science a également une publication indexée dans la base de données Medline/PubMed : les *Annales Nestlé*. Cette revue est publiée en annexe de la revue *Annales de nutrition et métabolisme*.

Le troisième et dernier sujet de production scientifique par l'industrie des compléments alimentaires concerne l'intérêt des compléments alimentaires pour la réduction des coûts des systèmes de santé. Les acteurs du secteur mettent en œuvre une stratégie de promotion des compléments alimentaires qui relève typiquement des situations étudiées par la sociologie des problèmes publics<sup>54</sup>. Ces acteurs opèrent un travail de construction intellectuelle d'un problème social, ici les dépenses élevées et croissantes des systèmes de santé, en partant des solutions disponibles qui leur paraissent préférables, ici les compléments alimentaires. Il est question d'une causalité conditionnée aux solutions souhaitées par les promoteurs des compléments alimentaires, qui se transforment ici, dans le vocabulaire de la sociologie des problèmes publics, en « entrepreneurs de cause »<sup>55</sup>. Cet exercice nécessite un choix des causes susceptibles de rendre compte du problème, ce choix s'accompagnant de l'exclusion

---

<sup>48</sup> [Les Journées Francophones de Nutrition 2019 | Nestlé Health Science \(nestlehealthscience.fr\)](http://www.nestlehealthscience.fr)

<sup>49</sup> [Sensory and consumer testing methodologies highlighted at Eurosense conference | Danone Nutricia Research \(nutriciaresearch.com\)](http://www.nutriciaresearch.com)

<sup>50</sup> [Nutricia | Congresses \(nutriciacongresses.com\)](http://www.nutriciacongresses.com)

<sup>51</sup> [Nutricia | Congresses \(nutriciacongresses.com\)](http://www.nutriciacongresses.com)

<sup>52</sup> [Nutricia | Congresses \(nutriciacongresses.com\)](http://www.nutriciacongresses.com)

<sup>53</sup> [Events - Medical Nutrition Industry \(medicalnutritionindustry.com\)](http://www.medicalnutritionindustry.com)

<sup>54</sup> Neveu, E. (2015). *Sociologie politique des problèmes publics*. Paris: Armand Colin.

<sup>55</sup> Cobb R.W., Elder C.D., 1972, *Participation in American politics. The dynamics of agenda-building*, Baltimore (MA) : Allyn and Bacon.

d'autres causes possibles, mais moins directement intéressantes pour l'entrepreneur de cause. L'industrie des compléments alimentaires limite ainsi les problèmes relatifs au financement des systèmes de santé à la croissance des dépenses liées au vieillissement de la population (cf. Document 15), en faisant abstraction d'autres causes importantes, comme le recours à l'innovation technologique par exemple.

Une fois les causes du problème choisies, les acteurs du secteur peuvent avancer une solution, qui leur convienne, ici la promotion du *self-care*. Le *self-care* est une catégorie indigène utilisée par l'industrie. Elle fait référence à une large palette de stratégies individuelles de prévention en matière de santé : faire du sport, manger équilibré, éviter toute sorte d'excès, réaliser des bilans périodiques de santé, consommer des compléments alimentaires etc. Il est question de promouvoir une politique basée sur la modification et la promotion de certains comportements individuels plutôt que sur les causes socio-structurelles des problèmes de santé publique (comme la qualité de l'offre alimentaire, les inégalités sociales, les pollutions environnementales par exemple)<sup>56</sup>. La promotion d'une politique de prévention tout au long de la vie qui permette à la population d'atteindre un âge avancé en bonne santé apparaît comme un moyen de réduire la pression budgétaire s'exerçant sur les systèmes de santé. Pour construire ce type d'arguments, l'industrie met en avant des études qui démontrent le rôle des compléments alimentaires dans la prévention de pathologies (cardiopathies, alzheimer, arthrose etc.) (cf. Document 16).

---

<sup>56</sup> Voir sur ce sujet:

Bergeron H., Castel P., et al. (2010). *Regards croisés sur l'obésité*. Paris : Editions de Santé Presses de Sciences Po.

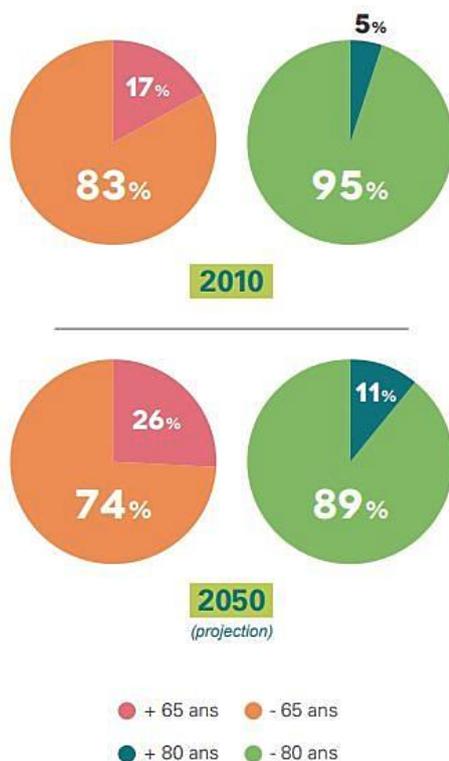
Boubal, C. (2019). L'art de ne pas gouverner les conduites. *Revue française de sociologie*, 60(3), 457-481.

Dubuisson-Quellier, S. (2016). *Gouverner les conduites*. Presses de Sciences Po.

Document 15 : Le financement des systèmes publics de santé comme problème social selon Synadiet

## ■ Une population française « vieillissante »

Selon les projections, d'ici 2050, la population française comptera **plus d'un quart de personnes de plus de 65 ans** et **plus d'1 personne sur 10 aura plus de 80 ans** <sup>(5)</sup>.



## ■ Une espérance de vie rallongée mais pas forcément en bonne santé

Le vieillissement de la population est dû notamment aux progrès de la médecine et à l'augmentation de l'offre de soins. Entre 1970 et 2017, l'espérance de vie à 65 ans n'a cessé d'augmenter, avec un **gain de 5,4 années de vie** en moyenne pour les femmes comme pour les hommes <sup>(6)</sup>.

Cependant, ces années supplémentaires ne sont pas nécessairement vécues en bonne santé. En effet, en France, seulement **48% de l'espérance de vie à 65 ans** est vécue en bonne santé <sup>(6)</sup>.

**43%**  
des personnes  
de plus de 65 ans  
se déclarent  
en bonne santé.



Source : Synadiet

*Document 16 : Le financement des systèmes publics de santé comme problème social selon l'IADSA*

## THE IMPACT OF THE AGEING POPULATION

---

With people living longer, there are a number of chronic health conditions associated with ageing that are already placing a heavy burden on healthcare systems, and which look set to continue to do so. As we age, our risk of developing one or more of these conditions increases, and therefore so does the likelihood that we will need medical treatment.

A significant body of scientific research indicates that many of these conditions are largely preventable if certain nutrients in the diet are consumed at sufficient levels to prevent a range of common health conditions. In such cases, food supplements might offer a straightforward and convenient option.

In fact, to this point, a limited amount of research has already been conducted to explore whether and to what extent dietary supplementation regimes can help consumers maintain their health and reduce the likelihood that they will need medical treatment.

The research has looked at a number of condition-specific areas, including heart, bone and eye health, among others. All of these conditions are strongly associated with ageing and are disproportionately prevalent among older consumers. As a result of this work, a pattern of evidence is now emerging which indicates that more widespread regular consumption of food supplements could reduce the need for older people to access medical treatment. In turn, this has the potential to generate savings for healthcare systems, freeing up money which can then be invested elsewhere.

The studies in question have been conducted in North America, Europe and Asia-Pacific. While it is true that more research is needed, initial findings are highly promising. In fact, the available evidence at hand suggests substantial savings could be realised and indicate that this is a topic worthy of attention by authorities worldwide.

Source : International alliance of Dietary/Food supplement association, [IADSA](#)

La production et la promotion des connaissances liées au *self-care* et à leurs effets sur les systèmes de santé publique sont assurées par les organisations de représentation des intérêts du secteur. En France, Synadiet s'est associé à l'Institut santé<sup>57</sup>, dirigé par un économiste, pour développer des études sur le sujet. Au niveau européen, l'*Association of self-care industry*<sup>58</sup> est chargée de publier des rapports réguliers sur le sujet. Au niveau international, c'est l'*International Alliance of Dietary/food supplement association (IADSA)*<sup>59</sup> qui assume cette tâche.

## 3.2. Les acteurs des activités d'ordre cognitif

Les activités cognitives sont essentiellement mises en œuvre par des instituts et des fondations (n=11) liés aux entreprises ou aux syndicats patronaux du secteur (n=6). Les fondations et les instituts sont pour la plupart créés par une entreprise, tandis que les associations d'employeurs représentent les intérêts d'un grand nombre d'acteurs. Parmi les entreprises représentées dans notre échantillon (n=145), seules dix d'entre elles disposent d'instituts ou de fondations qui mettent en pratique des activités cognitives de façon autonome. La plupart des acteurs de la filière dépendent donc, dans la mise en œuvre de ce type d'activités, d'acteurs intermédiaires dont la fonction est de synthétiser les points de vue de la diversité des acteurs qui les composent.

---

<sup>57</sup> [Institut Santé - Pour refonder notre système de santé \(institut-sante.org\)](http://institut-sante.org)

<sup>58</sup> [AESGP](http://AESGP)

<sup>59</sup> [HCCS\\_Report-EBOOK-\(ISBN-978-1-9995992-3-2\).pdf \(ams-iadsa.s3.eu-west-2.amazonaws.com\)](https://ams-iadsa.s3.eu-west-2.amazonaws.com/HCCS_Report-EBOOK-(ISBN-978-1-9995992-3-2).pdf)

Tableau 3 : Acteurs des activités cognitives

<b>Entreprises/Fondations d'entreprise</b>	<b>Syndicats patronaux/Instituts des syndicats patronaux</b>
<b>Comité international pour la nutrition (Herbalife)</b>	European Federation of Associations of Health Product Manufacturers (EHPM)
<b>Fondation Sight and Life</b>	International alliance of dietary and food supplements Association (IADSA)
<b>Fondation Sophia ( Genévrier)</b>	Iteipmai (filière PPAM)
<b>Théa laboratoires</b>	Medical nutrition international industry (MNI)
<b>Fondation Urgo ( Urgo laboratoires)</b>	Synadiet
<b>Institut Arkopharma disciplines naturelles ( Arkopharma)</b>	The Association of the European Self-Care Industry (AESGP)
<b>Institut Olga Triballat (Triballat-Noyal)</b>	
<b>Nestlé nutripro</b>	
<b>Nestlé nutrition institut (Nestlé)</b>	
<b>Nutricia</b>	
<b>Sanofi</b>	

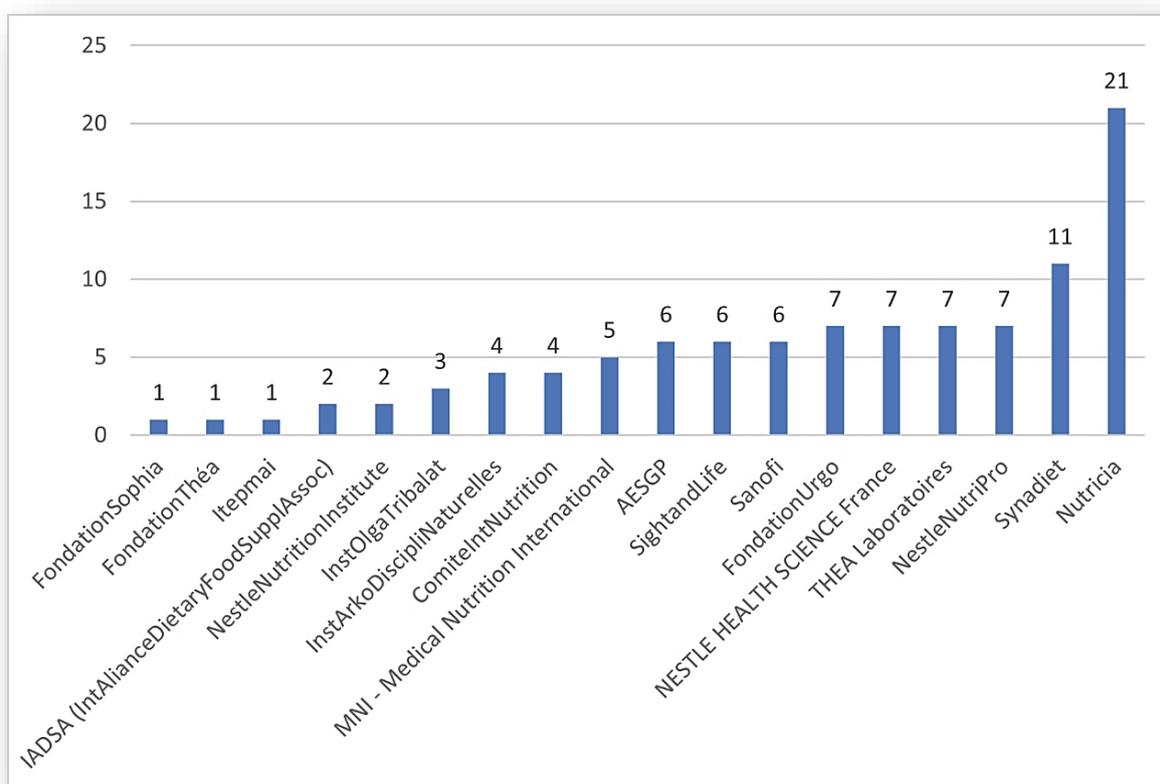
Source : Auteurs

Les acteurs qui disposent d'une forte autonomie dans la mise en œuvre des activités cognitives ont leurs propres instances dédiées à cette tâche. La grande majorité de ces acteurs sont des entreprises dédiées à la production de produits finis (n= 9/11). Seul un acteur d'un autre segment, l'entreprise DSM, dispose d'une instance propre pour la mise en œuvre des activités cognitives : la Fondation Sight and life.

Ce groupe d'acteurs comprend plus généralement de grandes entreprises hautement spécialisées dans les produits techniques destinés à palier les carences nutritionnelles liées à la prévention de certaines pathologies ou en complément des traitements associés à ces pathologies. Ces entreprises ne représentent que 14,60 % (13/89) du total des entreprises de notre échantillon mais elles concentrent 60 % des entreprises qui disposent de leurs propres organisations pour la mise en œuvre d'activités cognitives. De plus, ces entreprises sont les plus actives dans la mise en œuvre de ce type d'activités. Apparaissent en tête de liste Nutricia- entreprise propriété de Danone, Nestlé nutri pro et Nestlé health science– propriété de Nestlé, Théa laboratoires et la Fondation Urgo (cf. Graphique 14).

En résumé, ce sont les entreprises intermédiaires et les grandes entreprises spécialisées qui font le choix d'une médicalisation des compléments alimentaires et qui disposent de la plus grande capacité d'action dans la production d'activités cognitives.

Graphique 14 : Nombre activités cognitives par acteur en 2019-2020



Source : Auteurs

Les différents organismes responsables du développement des activités cognitives entrent en relation avec un certain nombre de scientifiques et d'universitaires. Associer ces scientifiques permet aux acteurs du secteur d'atteindre deux objectifs. Les scientifiques aident d'abord à la production de connaissances utiles à la défense des intérêts du secteur. Leur présence apporte en outre une légitimité scientifique aux connaissances produites par les acteurs économiques. Ces scientifiques peuvent être intégrés aux comités d'experts mis en place par

les entreprises et leurs organisations connexes (fondations, instituts, organisations patronales). Ils peuvent aussi être régulièrement invités à intervenir dans les forums et publications produites par ces organismes.

Le travail de terrain a permis d'identifier 42 scientifiques liés à l'industrie des compléments alimentaires. Ces scientifiques ont essentiellement trois types d'expertises différentes. Peuvent tout d'abord être identifiés des experts dans le domaine de la nutrition humaine spécialisés dans les liens existants entre nutrition et santé (cf. Document 17 et 18). Il s'agit de chercheurs ayant une formation en biochimie, en pharmacologie ou en médecine. Ces experts sont les plus nombreux du groupe que nous avons pu identifier (n=30/42). Ils sont liés à de grandes entreprises pharmaceutiques et agroalimentaires (n=15), à des organisations de représentation d'intérêts (n=10) et, dans une bien moindre mesure, à des petites ou moyennes entreprises se consacrant exclusivement à la production de produits à base de plantes (n=5). Les savoirs en matière de nutrition humaine deviennent de ce fait centraux dans les activités cognitives de l'industrie des compléments alimentaires.

#### *Document 17 : Profil Chercheur nutrition humaine 1*

Nationalité : France

Biographie :

Le Professeur \_\_\_\_\_ est chef du service de nutrition pédiatrique à l'Hôpital \_\_\_\_\_ (Paris).

Docteur ès sciences, c'est un spécialiste de l'obésité et il dirige la formation universitaire « Obésité de l'enfant et de l'adolescent » à la faculté de médecine Pierre-et-Marie-Curie.

Le livre « Obésité de l'enfant » veut être un ouvrage de vulgarisation à mettre entre toutes les mains. Il fait le point sur l'obésité infantile souvent présentée comme étant au moins un problème de santé dite « publique », sinon un problème de société.

*Document 18 : Profil chercheur nutrition humaine 2*

Netherlands, was awarded a SCOPE National Fellowship in 2004.

Pierre specialises in (neuro) endocrinology and obesity. He has worked for over 20 years in the Endocrinology Department of the University Medical Centre Utrecht on a PhD thesis on obesity research. He is a member of the European Association for the Study of Obesity (EASO), is recognized as a European member of SCOPE (the Specialist Certification of Obesity Professional in Europe) and has been part of the board of the Dutch Association for the Study of Obesity. He has (co-) authored over 60 scientific studies on obesity and endocrinology and currently serves on several boards including the Dutch Society for Internal Medicine.

Le deuxième profil d'experts identifiés est celui des économistes spécialisés dans l'économie des systèmes de santé (n=6/42) (cf. Document 19 et 20). Ces économistes sont essentiellement liés aux organisations patronales du secteur. En effet, ce sont elles qui sont responsables du développement et de la diffusion de ce thème.

*Document 19 : Profil économiste santé 1*

est un professeur d'économie français né le 28 décembre 1944 à . Il est titulaire de la chaire d'économie et de gestion des services de santé du et membre de l'Académie des technologies. Il a été directeur général des hôpitaux. Ingénieur agronome de l'Institut national agronomique Paris-Grignon, il a également un MBA et un doctorat en socio-économie de l'Université Cornell aux États-Unis. Économiste spécialiste des hôpitaux, il est très critique du système de santé français, dénonçant le peu d'attention accordée au malade et la trop grande intervention de l'État[3]. Il plaide par exemple pour une plus grande autonomie des hôpitaux et dénonce les acteurs des hôpitaux, qui, selon lui, « confondent service du public et service public, voire défense du statut public ». Il dénonce la centralisation excessive du système de santé et prêche pour l'autonomie complète des établissements hospitaliers.

*Document 20 : Profil économiste santé 2*

est économiste, spécialiste des questions de protection sociale et de santé. Il est Professeur d'économie, affilié à l'ESCP Europe, et enseigne aussi à Sciences Po Paris. Il mène de nombreux travaux de recherche en économie. Référent en France en économie de la santé, il est régulièrement sollicité par les médias.

Il est lauréat du Prix BFM Business du meilleur livre de l'économie de l'année 2020.

Il est membre libre de l'Académie Nationale de chirurgie depuis Juin 2020.

Il est expert depuis 2015 auprès du Sénat sur les questions de protection sociale.

Le troisième et dernier profil mobilisé par l'industrie dans l'élaboration de ses activités cognitives est celui d'experts dans le domaine des plantes et de leurs effets sur la santé (n=6/42). Il s'agit d'un profil moins académique que les précédents. Ainsi, on trouve des universitaires mais aussi un pharmacien et un médecin de ville. Ces experts des effets bénéfiques des plantes sur la santé sont essentiellement mobilisés par la société de produits naturels Arkopharma et l'institut Iteipmai créé par les acteurs de la filière française des plantes à parfum, aromatiques et médicinales. En ce sens, nous pouvons dire qu'il y a un décalage de statut scientifique entre ces experts, les experts non universitaires, et ceux qui ont été préalablement mentionnés. Ce déséquilibre suggère la capacité des entreprises pharmaceutiques et du secteur agroalimentaire à mobiliser des experts plus légitimes dans le champ scientifique par rapport aux capacités des entreprises qui se situent dans le segment des produits « naturels », « écologiques », « locaux » (cf. Document 21).

## Document 21 : Comparaison des comités d'experts d'Arkopharma et d'Herbalife

### Le conseil scientifique

Animé par un comité de pilotage pluridisciplinaire, l'Institut Arkopharma des Disciplines Naturelles s'appuie sur un Conseil scientifique composé du :

- Docteur **Patrick AUBE**, médecin généraliste à Pont l'Abbé ;
- Professeur **Jean-Pierre OLIVES**, pédiatre et gastroentérologue à Toulouse ;
- Monsieur **Laurent MIFSUD** (pharmacien), titulaire de la pharmacie le Salamandrier à Draguignan ;
- Docteur **Daniel SCIMECA**, médecin phytothérapeute.

Docteur Patrick AUBE



Médecin généraliste à Pont l'Abbé.

Professeur Jean-Pierre OLIVES



Pédiatre et gastroentérologue à Toulouse.

Docteur Laurent MIFSUD



Titulaire de la pharmacie le Salamandrier à Draguignan.

Docteur Daniel SCIMECA



Médecin phytothérapeute et président de la fédération française des sociétés d'homéopathie.

Source : [Notre organisation | Arkopharma](#)



## LOUIS IGNARRO

Titulaire d'un doctorat, lauréat du Prix Nobel\*

En savoir plus sur Louis Ignarro



## PROFESSEUR DAVID HEBER\*\*

Titulaire d'un Doctorat. Président du NAB Herbalife et Directeur du Centre de Nutrition Humaine de l'UCLA.



## DR. LINONG JI

Représentant Chinois du Comité International pour la nutrition.



## RALPH ROGERS

Représentant britannique du NAB.



## STEVE HENIG

Représentant Scientifique en Chef Émérite



## NIKOLAOS SITARAS

Écrivain et conférencier, spécialiste dans le domaine de la digestion et de la nutrition.



## JULIÁN ÁLVAREZ GARCÍA

Spécialiste en médecine du sport et de l'éducation physique.



## PROFESSEUR LÁZLÓ HALMY

Membre du comité du Programme National Préventif et Curatif des Maladies Cardiovasculaires.



## PIERRE ZELISSEN

Spécialiste en (neuro) endocrinologie et obésité. Membre de l'Association Européenne pour l'Etude de l'Obésité.



## MARION FLECHTNER - MORS

Tête de l'unité de recherche clinique en nutrition et du groupe de recherche clinique sur l'obésité.



## PROFESSEUR ALLA POGOZHEVA

Directrice du Comité Médical de Nutrition de la Société Moscovite des Thérapeutes et directrice du Comité de Nutrition Médicale de l'Académie des Sciences Médicales Russes.

### 3.3. Synthèse : Les Compléments alimentaires, un vecteur de la politique de santé

Les acteurs du secteur des compléments alimentaires mettent en pratique deux types d'activités cognitives. Ils mettent tout d'abord en œuvre des stratégies de production de « connaissances », qui visent à produire des connaissances orientées vers des résultats qui leur sont favorables, comme des effets potentiellement positifs sur la santé. Une autre stratégie cognitive relève d'une stratégie de « cadrage du débat ». Elle consiste à mettre en avant une certaine formulation d'un problème général, dont la causalité présumée est envisagée à partir des solutions dont dispose celui qui énonce le problème. Plus concrètement, des acteurs du secteur des compléments alimentaires mettent en avant le « problème de la malnutrition et de la sous-alimentation » et le « problème du déficit financier des systèmes de santé publique », pour lesquels les compléments alimentaires apparaissent comme des solutions utiles (cf. Tableau 4).

Tableau 4 : Synthèse des activités politiques cognitives de la filière

Modalités	Activités	Arènes investies
<b>a. Fabriquer de la connaissance</b>		
<b>« orientée » :</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Production connaissances sur CA et effets sur la santé</b></li> </ul>	Financer des recherches favorables Participer à des évènements scientifiques Financement de formations destinées aux professionnels de santé	Universités et centres de recherche publics, Congrès annuel de la Société française de nutrition, Collège de rhumatologues, Collège national de gynécologues, Fédération française de formation continue en dermatologie, Collège national des enseignants généralistes.
<b>c. Recadrer les débats :</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Promotion problème malnutrition</b></li> </ul>	Financer des recherches sur le thème de la malnutrition et aux carences nutritionnelles Participer à des évènements scientifiques	Journées francophones de nutrition, Journées de nutrition clinique, European conference on sensory and consumer research, Congres on clinical nutrition and metabolism, Congrès annuel de la European Society for pediatric Gastroenterology Hepatology and Nutrition, Congrès de la British society of pediatric gastroentorology,

- **Les CA vecteur réduction dépenses santé (self-care)**

Financer des recherches sur le thème des dépenses de santé et les CA

hépatologie et la nutrition, Congrès de la Société européenne pour les troubles de la déglutition, Congrès de la Société de médecine gériatrique de l'Union européenne, Congrès international sur les erreurs innées du métabolisme, Symposium nordique sur l'allergie ou encore Congrès de la Société européenne de soins infirmiers en oncologie, les Annales Nestlé.

Institut santé, Association of self-care industry, International Alliance of Dietary/food supplement association

Source: Auteurs

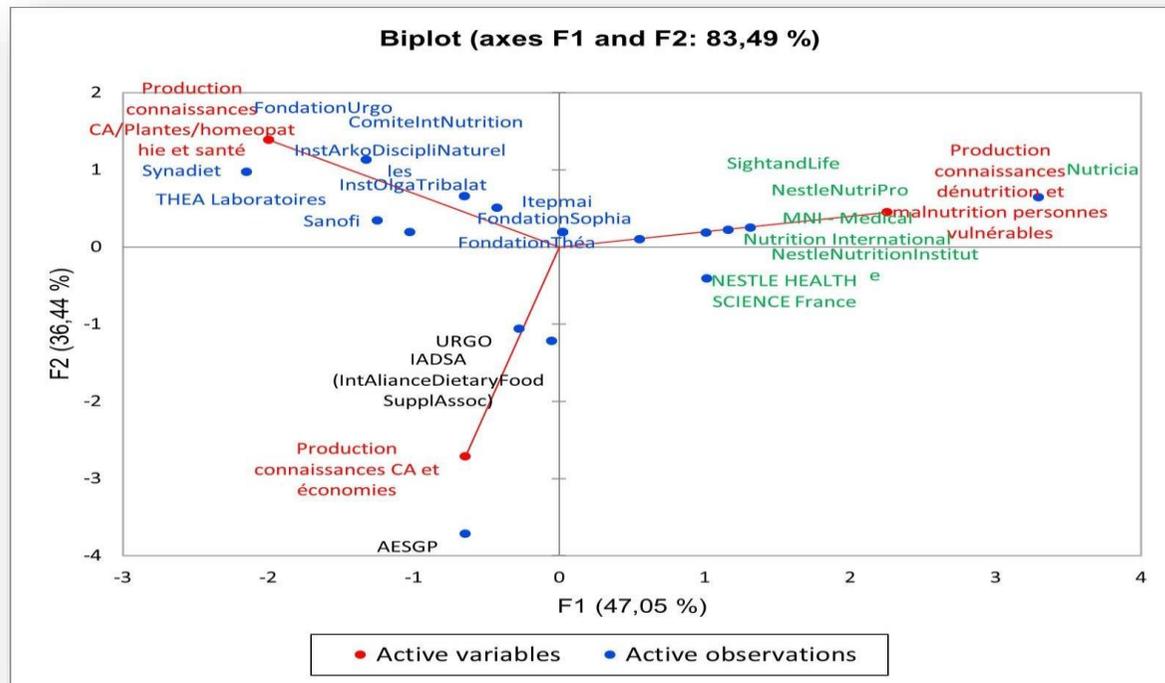
Les acteurs chargés de la mise en œuvre de ces deux types d'activités cognitives sont les entreprises du secteur ou des fondations et instituts qu'elles créent à cet effet. Ces organismes sont essentiellement responsables des activités visant à promouvoir le problème de la malnutrition et de la sous-alimentation (cf. Graphique 15). Les organisations d'employeurs du secteur sont quant à elles principalement chargées de promouvoir la question des coûts des systèmes de santé (cf. Graphique 16).

Les activités cognitives du secteur sont essentiellement menées par les entreprises qui fabriquent des produits finis et, plus spécifiquement, par les grandes entreprises pharmaceutiques et agroalimentaires spécialisées dans les produits destinés à la prévention

de certaines pathologies ou à l'accompagnement des traitements qui leurs sont associés (Nestlé, Nutricia, Sanofi, Théa laboratoires, Uργο). Les autres entreprises du secteur n'ont pas d'autonomie dans la mise en œuvre de ces activités et agissent collectivement au travers des organisations patronales du secteur (cf. Synadiet, IADSA, AEGSP, MNI).

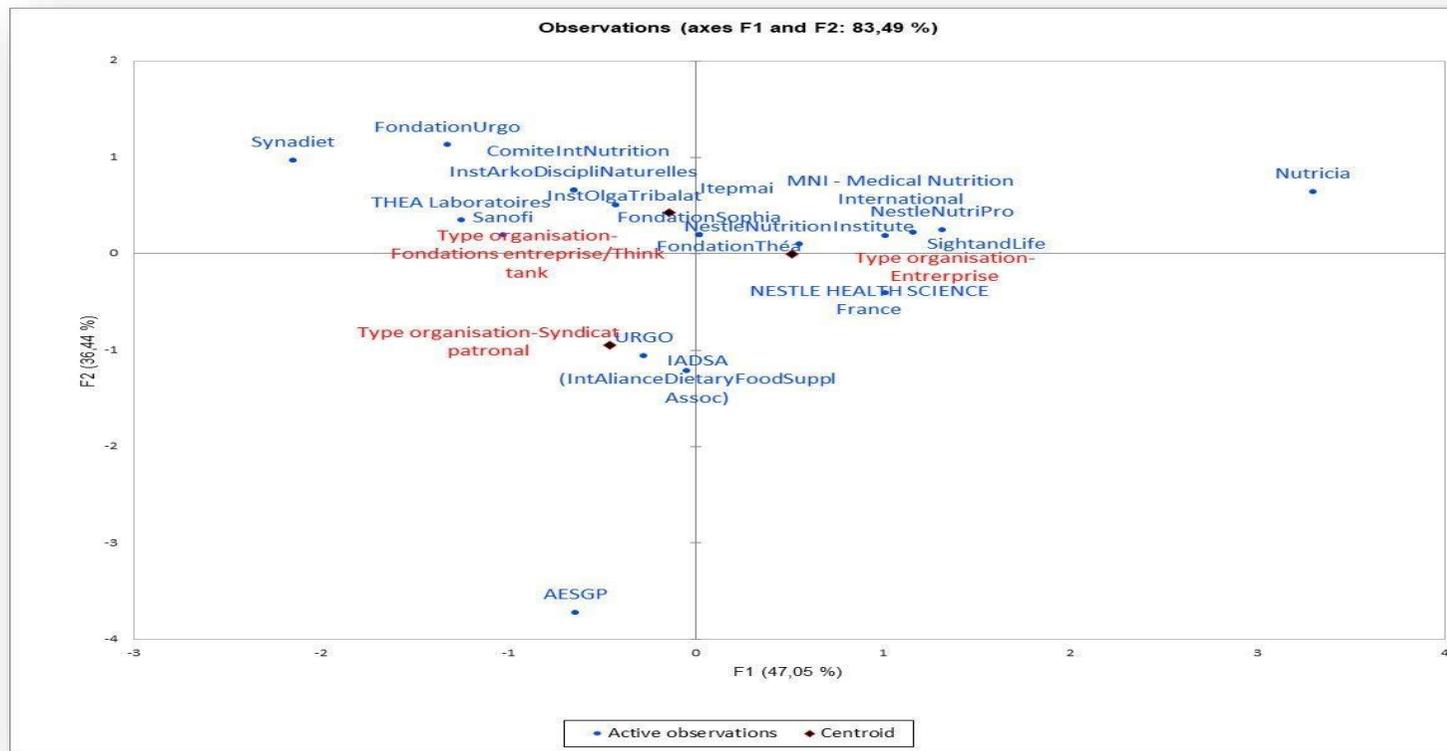
Afin de mettre en œuvre les activités cognitives, les acteurs du secteur bénéficient du concours d'un certain nombre de chercheurs réunis au sein de comités d'experts mis en place par ces acteurs. Les scientifiques sollicités par l'industrie sont pour la plupart des chercheurs dans le domaine de la nutrition humaine et dans une moindre mesure des économistes de la santé et des experts des relations entre plantes et santé. Ces experts sont mobilisés différemment selon le type d'entreprise et selon leur positionnement sur le marché des compléments alimentaires. Les grandes entreprises pharmaceutiques et agroalimentaires du segment des compléments alimentaires « médicalisés » mobilisent des universitaires de haut niveau dans le domaine de la nutrition humaine. Les entreprises du segment « produits naturels » mobilisent des experts, pas toujours académiques, dans le domaine des relations entre plantes et santé. Enfin, les organisations patronales mobilisent surtout des économistes de la santé.

Graphique 15 : Modalités activités cognitives par acteur de la filière (données 2019-2020)



Source : Auteurs à l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

Graphique 16: Modalités activités cognitives par type d'organisation (Entreprise, Fondations d'entreprise et organisation patronale 2019-2020)



Source : Auteurs à

l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

## **4. LES ACTIVITES DE REPRESENTATION D'INTERETS DES ACTEURS DE LA FILIERE DES COMPLEMENTS ALIMENTAIRES**

Ce chapitre est consacré à la description des activités politiques de représentation d'intérêts identifiées lors du travail de terrain. Ces pratiques font référence à toute activité visant à augmenter la recevabilité des énoncés produits par l'industrie auprès d'acteurs impliqués dans la décision publique sur des sujets liés, de près ou de loin, à la régulation des compléments alimentaires et de leurs ingrédients.

Comme nous l'avons établi dans nos travaux sur les activités politiques d'autres acteurs économiques du secteur agroalimentaire en France <sup>60</sup> (cf. Tableau 5), les activités relationnelles de représentations d'intérêts peuvent être divisées en trois groupes. Un premier groupe concentre les activités visant à faire circuler les prises de positions des acteurs du secteur auprès des élus et d'autres acteurs de la décision publique (« mise en circulation des prises de position »). Un deuxième groupe concerne les activités visant à construire des alliances avec d'autres acteurs, en dehors du champ politique, afin de créer un rapport de forces favorable à l'industrie (« création d'alliances »). Enfin, un troisième groupe associe les activités à travers lesquelles des acteurs économiques cherchent à se substituer aux acteurs politiques (« substitution du politique »). Les trois types d'activités de représentation d'intérêts sont présentes dans le travail politique des acteurs de la filière des compléments alimentaires.

---

<sup>60</sup> Benamouzig, D., & Muñoz, J. C. (2019). Les stratégies politiques... *Op. cit.*

Tableau 5: Activités politiques de représentation d'intérêts

Modalités	Activités	Acteurs dédiés
<b>a. Faire circuler les énoncés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Écrire aux décideurs</li> <li>Fixer des rendez-vous politiques</li> <li>Participer aux auditions parlementaires</li> <li>Siéger dans les instances dédiées</li> <li>Participer aux groupes de concertation</li> <li>Organiser des événements (salons...)</li> <li>Organiser des visites (usines...)</li> <li>Financer des clubs parlementaires</li> <li>Relations publiques (avantages, cadeaux...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entreprises,</li> <li>Organismes</li> <li>représentants</li> <li>d'intérêts,</li> <li>Responsables</li> <li>affaires</li> <li>réglementaires,</li> <li>Responsables</li> <li>affaires publiques</li> </ul>
<b>b. Création d'alliances</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Alliances avec d'autres acteurs économiques</li> <li>Partenariats avec des collectivités locales</li> <li>Publi-rédactionnel en presse écrite</li> <li>Soutien à des émissions audiovisuelles</li> <li>Voyages de presse thématiques</li> </ul>	<i>Idem</i>
<b>c. Substitution du politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autorégulation</li> <li>Pressions directes sur des décideurs</li> <li>Activités législatives (rédaction amendements, propositions de loi, animation parlementaire)</li> <li>Activités de promotion de la santé publique (équipements et événements sportifs, animation en cantines, programmes de sensibilisation...)</li> </ul>	<i>Idem</i>

Source : Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.

## 4.1. Les modalités des activités de représentation d'intérêts

L'un des principaux problèmes identifiés par l'industrie pour son développement tient au cadre réglementaire encadrant la production et la commercialisation des compléments alimentaires. Pour les acteurs du secteur, les procédures d'évaluation pour l'autorisation des demandes d'allégation, une des clés commerciales du secteur, sont considérées trop coûteuses et incertaines pour les acteurs de la filière. Selon ces acteurs, le cas des allégations liées aux produits d'origine végétale est paradigmatique de ces difficultés. Les demandes d'allégation des produits à base de plantes faites par l'industrie sont en attente depuis une dizaine d'années dans les instances européennes<sup>61</sup>. Le deuxième problème réglementaire identifié par l'industrie concerne le fait que la législation européenne sur les compléments alimentaires est variable en fonction du contexte national. En effet, les critères peuvent varier d'un pays européen à l'autre quant au type d'ingrédients autorisés ou quant aux quantités maximales d'un ingrédient autorisé dans un produit. Cela est, selon le secteur, une difficulté majeure en ce qui concerne la lisibilité du marché des compléments alimentaires.

Pour faire face à ces phénomènes, l'industrie propose deux types de solutions. La première consiste à extraire les compléments alimentaires du cadre de référence de la réglementation alimentaire en créant un cadre réglementaire propre, dans le style du modèle canadien<sup>62</sup>, qui porte sur les produits de santé naturels (cf. Document 22). Contrairement à la réglementation européenne, la réglementation canadienne autorise des allégations de santé fondées sur des « usages traditionnels » : il n'est pas nécessaire de prouver par des études cliniques l'efficacité d'un ingrédient s'il a été traditionnellement utilisé pour le traitement de certaines pathologies<sup>63</sup>. Cette proposition à long terme coexiste avec des propositions à plus court terme concernant la législation en vigueur. L'industrie propose que la procédure de demande d'allégations liées aux compléments alimentaires se fonde sur une démarche plus collaborative entre l'EFSA et les industriels. L'industrie demande une procédure de pré-soumission des dossiers relatifs aux allégations auprès de l'EFSA, afin de connaître en amont de l'élaboration des dossiers les potentielles faiblesses de la demande. Il est également proposé de procéder à une véritable harmonisation de la législation européenne sur la composition des compléments alimentaires. Enfin, l'industrie propose une méthodologie pour l'évaluation des allégations liées aux produits à base de plantes afin de débloquent ce dossier au niveau européen. Cette méthodologie suggère de passer d'un régime d'évaluation binaire, basé sur l'approbation ou le rejet d'une

---

<sup>61</sup> Cette attente est liée à la recherche d'une méthode d'évaluation adaptée à ce type de produits. Selon l'EFSA les référentiels d'évaluation utilisés pour les produits à base de vitamines et minéraux ne sont pas adaptés aux plantes.

<sup>62</sup> [Produits de santé naturels - Canada.ca](http://Produits.de.santé.naturels.-Canada.ca)

<sup>63</sup> Par *traditionnellement* la réglementation fait référence à l'usage documenté d'une substance dans le pays pendant une période donnée : vingt ou trente ans en fonction des cas.

allégation, à un régime graduel qui permettrait des allégations de natures différentes, plus ou moins explicites quant aux liens entre compléments alimentaires et santé, en fonction des niveaux de preuve existants : utilisation traditionnelle, preuve scientifique sans essai clinique, preuve avec essai clinique, etc.

*Document 22 : Proposition d'une nouvelle méthodologie pour évaluer les allégations liées produits à base de plantes*

## **Le Groupe de projet Allégations Plantes** (Option 2B)

Le groupe de projet « Option 2B » a pour objectif de défendre la création d'un cadre réglementaire spécifique aux compléments alimentaires à base de plantes alliant les aspects qualité, sécurité et allégations. Le groupe avait finalisé en 2018 une proposition d'évaluation graduée des allégations. Le modèle a été présenté au groupe scientifique. Suite à différentes réunions d'échange entre les deux groupes de projet, le modèle a été ajusté en 2019 et étayé notamment au niveau des preuves nécessaires pour chacun des grades du modèle. Le modèle d'allégations graduées arrive maintenant à son terme, celui-ci va donc être présenté à des experts Plantes, comme Robert Anton et Ambroise Martin,... au cours d'un Workshop début 2020, l'objectif étant de recueillir leur expertise sur le sujet et de faire évoluer le modèle si nécessaire.

---

**Responsables:** Hélène Kergosien (Euromed France)

---

**Coordinateurs Synadiet:** Élodie Veyret

---

**Membres:** Valérie Bochart (Diana Food), Valérie De Bourayne (Kemin Human Nutrition and Health), Gontran Gaillot (Becarre Natural), Chantal Ollier (Vitamin System - Marketing Distribution), Thomas Pauquai (Nutraveris), Sylvie Raynal (Pierre Fabre Médicament - Division Naturactive), Solène Reculeau-Ravilly (Havea Group), Alain Groubert (Pharmanager Group)

Source : Synadiet

Afin de défendre ces positions, l'industrie a développé un cadre narratif qui gravite autour de l'argument du fort potentiel des compléments alimentaires comme vecteur de réduction des coûts des systèmes de santé européens. Les acteurs de l'industrie font connaître ce discours et leurs propositions de réglementation aux décideurs politiques nationaux et européens par différents canaux. Tout d'abord, des réunions formelles sont organisées avec des décideurs politiques nationaux et internationaux (cf. Documents 23 et 24) :

*Document 23 : Réunions du Food supplements Europe avec les autorités de la Commission européenne*

Last update: 16/09/2020

List of meetings **Food Supplements Europe** has held with Commissioners, Members of their Cabinet or Director-Generals since 01/12/2014 under its current ID number in the Transparency Register: 638153011554-79.

Nr	Commission representative	Portfolio	Date	Location	Subject(s)
1	Anne Bucher, Director-General	Health and Food Safety (SANTE)	18/01/2019	Brussels, Belgium	courtesy visit, presentation of activities
2	Nathalie Chaze, Cabinet member of Vytenis Andriukaitis  Vytenis Andriukaitis, Commissioner	Health & Food Safety	29/04/2016	Brussels	International Workshop on Botanicals: how botanicals are regulated in third countries
3	Nathalie Chaze, Cabinet member of Vytenis Andriukaitis  Vytenis Andriukaitis, Commissioner	Health & Food Safety	14/01/2016	Avignon, France	Rules applicable to botanicals
4	Nathalie Chaze, Cabinet member of Vytenis Andriukaitis	Health & Food Safety	16/07/2015	Brussels	Botanicals

**References:**

Publication of meetings is based on the provisions of

Commission decision on the publication of information on meetings held between Directors-General of the Commission and organisations or self-employed individuals - [\(2014/838/EU, Euratom\) of 25 November 2014](#), and

Commission decision on the publication of information on meetings held between Members of the Commission and organisations or self-employed individuals - [\(2014/839/EU, Euratom\) of 25 November 2014](#).

Source : Transparency Register - Search the register (europa.eu)

## Document 24 : Réunions de Synadiet avec des décideurs français en 2019

mettre en valeur les résultats d'une étude scientifique au sujet de l'efficacité des compléments alimentaires dans la prévention de certaines dégénérescences			<a href="#">Voir la fiche &gt;</a>
ID	KDVSEWG3		
PÉRIODE CONCERNÉE	INTÉRÊTS REPRÉSENTÉS	DOMAINES D'INTERVENTION	
01-01-2019 au 31-12-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synadiet (en propre)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prévention</li> <li>Soins et maladies</li> <li>Système de santé et médico-social</li> </ul>	
Promouvoir une harmonisation réglementaire européenne sur le marché des compléments alimentaires. Dans ce cadre, défendre l'autorisation harmonisée de nos ingrédient actifs et non-actifs			<a href="#">Voir la fiche &gt;</a>
ID	19V0FIO3		
PÉRIODE CONCERNÉE	INTÉRÊTS REPRÉSENTÉS	DOMAINES D'INTERVENTION	
01-01-2019 au 31-12-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synadiet (en propre)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prévention</li> <li>Sécurité et normes alimentaires</li> </ul>	
Mission d'information "le développement de l'herboristerie et des plantes médicinales" : promouvoir la structuration de la filière et la formation des professionnels de santé			<a href="#">Voir la fiche &gt;</a>
ID	4UHQIW5V		
PÉRIODE CONCERNÉE	INTÉRÊTS REPRÉSENTÉS	DOMAINES D'INTERVENTION	
01-01-2019 au 31-12-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Synadiet (en propre)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prévention</li> <li>Système de santé et médico-social</li> <li>Développement des territoires</li> <li>Agriculture</li> </ul>	

Favoriser le développement de la filière des produits biologiques diététiques et compléments alimentaires dans le cadre d'une politique de prévention de santé			<a href="#">Voir la fiche &gt;</a>
ID	5GVTQMZV		
PÉRIODE CONCERNÉE	INTÉRÊTS REPRÉSENTÉS	DOMAINES D'INTERVENTION	
01-01-2018 au 31-12-2018	<ul style="list-style-type: none"><li>• Synadiet (en propre)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prévention</li><li>• Soins et maladies</li><li>• Sécurité et normes alimentaires</li></ul>	
Favoriser le développement de la filière des compléments alimentaires			<a href="#">Voir la fiche &gt;</a>
ID	C5HABTWV		
PÉRIODE CONCERNÉE	INTÉRÊTS REPRÉSENTÉS	DOMAINES D'INTERVENTION	
01-07-2017 au 31-12-2017	<ul style="list-style-type: none"><li>• 1 client ou mandant</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prévention</li><li>• Soins et maladies</li><li>• Sécurité et normes alimentaires</li></ul>	

Source : [Répertoire \(hatvp.fr\)](http://hatvp.fr)

Ensuite, les acteurs de l'industrie organisent des événements – réunions, forums, colloques – qui sont présentés comme des manifestations scientifiques et auxquels sont invités des décideurs politiques nationaux ou européens. Ces événements combinent des interventions de scientifiques, qui présentent des travaux généralement relatifs aux effets bénéfiques des compléments alimentaires sur la santé, et des interventions de décideurs politiques. Ces événements permettent la création de relations de confiance et de proximité entre l'industrie et les décideurs politiques, notamment lors de moments conviviaux toujours prévus lors de ces événements (cf. Document 25).

*Document 25: Sur la photo le député européen Pascal Arimont ( à gauche de l'image) et la directrice générale du syndicat patronal européen des entreprises du secteur des compléments alimentaires (EHPM)*



Source : [Edelman - EHPM - Conference - By Gregory de Leeuw by DAVID PLAS PHOTOGRAPHY \(davidplas.be\)](#)

Dans le cadre de cette stratégie de mise en circulation des positions de l'industrie auprès des décideurs politiques, l'industrie peut inviter ces décideurs à des visites d'usines. Ces visites contribuent à créer des relations de confiance et de proximité entre les entreprises et les acteurs politiques (cf. Document 26) :

## Document 26 : Visite d'un groupe de sénateurs français à une exploitation de plantes médicinales



  
**Phytolia**  
Plantes d'origine contrôlée

  
**iteipmai**

  
**synadiet**  
Syndicat National des Compléments Alimentaires

Le 7 juin, Synadiet, Phytolia et l'Iteipmai ont organisé une visite filière pour les sénateurs Raymond Vall, Louis-Jean de Nicolay, et Jean-Pierre Leleux. Cette visite leur a permis de découvrir une exploitation de plantes médicinales, l'institut technique Iteipmai, et un extracteur de plantes. Elle a été l'occasion d'aborder les enjeux et besoins de la filière des plantes françaises à valeur santé.

Source : Rapport d'activité Synadiet 2019

Enfin, les acteurs du secteur font connaître leurs points de vue et leurs positions dans le cadre d'instances publiques, auxquelles ils participent en tant que membres ou observateurs. Synadiet participe, par exemple, à trois commissions mises en place par un organisme lié au Ministère français de l'agriculture et de l'alimentation - France Agrimer : Conseil spécialisé des productions végétales, Comité pilotage compétitivité PPAM, Comité de pilotage alcaloïdes pyrrolozi. Les syndicats européens AESGP et EHPM font quant à eux partie d'un groupe de travail mis en place par la Commission européenne sur le thème de l'alimentation, des plantes et de la santé : Groupe consultatif de la chaîne alimentaire et de la santé animale et végétale.<sup>64</sup>

Les acteurs du secteur mettent en œuvre une deuxième stratégie relationnelle visant à construire des alliances avec d'autres acteurs, au-delà des décideurs, afin de créer un rapport de force favorable à l'industrie (« création d'alliances »). Dans le cas du secteur des compléments alimentaires, cette stratégie se traduit par une forte participation des entreprises de la filière à la vie du territoire. Ainsi, elles financent de nombreux événements, institutions culturelles et institutions sportives au niveau local et national. Arkopharma finance, par exemple, le « festival des jardins », un festival qui vise à mettre en valeur le patrimoine paysager et floral du département des Alpes-Maritimes. Dans la même catégorie d'événements, on trouve le festival « écran vert », financé par Lea Nature. Un festival qui se présente comme le festival *éco-citoyen* du cinéma (cf. Document 27).

<sup>64</sup> [Advisory Group - Food Chain and Animal and Plant Health | Food Safety \(europa.eu\)](#)

Document 27 : Festival écran vert



Source : [Ecran Vert \(festivalecranvert.fr\)](http://festivalecranvert.fr)

L'Institut Olga Triballat, propriété de la société Triballat Noyal, a été très actif dans le financement d'événements sportifs. Cet institut finance six fédérations sportives nationales : la Fédération française de cyclisme, la Fédération française de handball, la Fédération française de course à pied, la Fédération française d'athlétisme et la Fédération française de football.

La troisième et dernière activité de représentation d'intérêts des entreprises du secteur des compléments alimentaires est liée aux activités de « substitution du politique ». Il ne s'agit alors plus de faire circuler des positions dans les arènes législatives ou exécutives, mais de devenir eux-mêmes des acteurs des politiques de santé et d'alimentation au travers la mise en œuvre de programmes d'action dans ces domaines.

Les acteurs du secteur, directement ou par l'intermédiaire de leurs fondations, sont les protagonistes de programmes d'action dans des domaines liés à la santé et à l'alimentation. Dans cette catégorie, on peut citer le producteur d'ingrédients DSM. L'entreprise allemande travaille avec l'Unicef et l'association *Vitamin Angels* pour la production et distribution de compléments ou suppléments alimentaires pour lutter contre la malnutrition des enfants (cf. Document 28) :

*Document 28 : Exemple de programme d'action financé par DSM dans le domaine de la malnutrition*

## **The positive impact of good nutrition**

A recent trip to Uganda saw a team from DSM accompany Vitamin Angels to the rural north of the country where we met, and were able to see first-hand, the positive impact that pre-natal supplements are having for mothers and their children.

Ensuring expectant mothers receive adequate nutrition throughout pregnancy is crucial to supporting a child in realizing their full physical and cognitive potential. A healthy, well-nourished baby has a better chance of optimal growth and development, as well as going to school and having more freedom of choice than their parents, in turn allowing them to give back to their communities. Furthermore, access to good nutrition during pregnancy can increase a woman's chance of a healthy birth.

The communities supported by Vitamin Angels are very aware of these benefits and are motivated to give their children the best possible start in life, by taking the supplements that DSM is helping to make available.

## **Partnering for success**

By working with organizations like Vitamin Angels and the UN World Food Programme, DSM aims to offer individuals and communities the solutions they need to improve their own quality of life, in a way that is sustainable for all.

To achieve real change and create a lasting impact, partnerships between governments, non-governmental organizations (NGOs) and the private sector are crucial. Collaboration brings together the best minds, ideas and resources, to ensure the long-term success of health programs.

Source : [Nourishing future generations with Vitamin Angels | DSM](#)

D'autres entreprises se consacrent au lancement ou au financement de programmes d'action visant à aider et à accompagner les patients atteints de pathologies liées à des organes très spécifiques ou à celles concernant des groupes de populations particulières. Dans le premier cas, on retrouve les travaux de la Fondation Théa - propriété des Laboratoires Théa - axés sur la lutte contre le trachome à travers des accords de collaboration avec l'Organisation mondiale de la santé, Ophtalmologues sans frontières ou la *World Eye Association*. Dans cette même catégorie, la Fondation Urgo agit en faveur des patients atteints de maladies de la peau (cf. Document 29) :

*Document 29: Exemple de programme d'action de la fondation Urgo au bénéfice des malades atteints d'Epidermolyse bulleuse*

[Accueil](#) > La Fondation URGO

## LA FONDATION URGO

Fondation d'entreprise créée en 2010 et présidée par Hervé Le Lous, la Fondation URGO travaille au quotidien auprès des patients et des professionnels de santé dans les domaines de la cicatrisation et du développement de l'enfant.

Elle mène des actions de soutien à la recherche scientifique, de prévention en santé et de décernement de prix et de bourses.

### UNE FONDATION ENGAGÉE EN FAVEUR DES ENFANTS

#### Epidermolyse Bulleuse

La Fondation URGO est engagée depuis sa création dans la lutte contre l'épidermolyse bulleuse (EB), une maladie génétique cutanée rare, qui touche de nombreuses populations infantiles dans le monde.

- Elle se traduit par la formation de bulles sur la peau, qui devient extrêmement fragile et qui, au moindre frottement, se transforme en plaie ouverte sans parvenir à cicatriser. Cette douleur, indescriptible pour les enfants, l'est également pour les familles, souvent démunies.

Source : [La Fondation URGO | Groupe Urgo\(urgo-group.fr\)](http://LaFondationURGO|GroupeUrgo(urgo-group.fr))

Les fondations des laboratoires Lescuyer, Merck ou Sanofi financent des institutions qui soutiennent les femmes souffrant de pathologies. Ainsi, par exemple, Lescuyer soutient

l'association « Au sein des femmes » consacrée à la prévention du cancer du sein (cf. Document 30).

*Document 30 : Exemple de programme d'action dans le domaine de la santé des femmes financé par Lescuyer*

La Fondation d'Entreprise Laboratoire LESCUYER a souhaité aider celles et ceux qui donnent d'eux même et s'engagent pour la santé des autres. Nous souhaitons mettre à l'honneur ces associations qui répondent à des valeurs que nous défendons et qui ont toujours été au cœur des préoccupations du Laboratoire LESCUYER.

## Gynécologues Sans Frontières

La Fondation Laboratoire LESCUYER a apporté son soutien à Gynécologues Sans Frontières qui œuvre de façon remarquable auprès des femmes les plus vulnérables en France et à l'étranger. Cette association créée en 1995 a pour but de promouvoir la Femme tant sur le plan médical que sur le plan psychologique ou social et dans le respect de la dignité humaine.



GSF regroupe des gynécologues, des sages-femmes expérimentés mais aussi des volontaires qui s'investissent dans des missions de soins lors de situations d'urgences mais également dans l'éducation et l'accompagnement.

> En savoir plus sur le site de l'association : <https://gynsf.org>

Source : [Fondation Lescuyer : s'Engage pour la Santé Mondiale | Laboratoire Lescuyer \(laboratoire-lescuyer.com\)](https://laboratoire-lescuyer.com)

Ensuite, nous avons des entreprises qui financent des projets dont l'objectif est la promotion des styles de vie « sains » liés à la consommation de produits naturels, sains et fabriqués de manière durable. Les entreprises du segment des produits naturels et biologiques (cf. Léa mature, Triballat Noyal) se situent dans ce secteur d'intervention (cf. Document 31).



## Document 31 : Exemples de projets d'action financés par les entreprises du segment naturalité, écologie et santé

### > Six actions de terrain soutenues :

- Le projet « Mallette pédagogique », porté par l'association Les Cols Verts, de Rennes :

Ce projet vise à déployer l'utilisation d'une mallette pédagogique constituée d'outils et de jeux pour sensibiliser les enfants rennais à la transition alimentaire, et à l'agriculture urbaine. L'objectif est de sensibiliser les plus jeunes à la consommation, au respect de l'environnement, à l'alimentation durable et à la biodiversité.

- Le projet « Séminaire des Chefs à Rennes », porté par l'association Groupe SOS Seniors (Silver Fourchette), de Metz :

Ce projet vise à apporter de l'expertise à l'ensemble des professionnels d'EHPAD et initier des démarches collectives autour de l'alimentation des seniors, pour en faire de véritables projets d'établissement. Le projet a ainsi pour objectifs de valoriser le métier du chef de cuisine en EHPAD, de créer du lien entre les équipes (intra et inter-établissements), de créer une communauté de chefs engagés et de faire évoluer les pratiques culinaires en faveur du bien manger pour bien vieillir (maîtrise des cuissons, techniques culinaires adaptées aux seniors, valorisation des circuits courts, lutte contre le gaspillage alimentaire, présentation de l'assiette).

- Le projet « Mois de l'installation en agriculture durable », porté par la FRCIVAM (Fédération Régionale des Centres d'Initiatives pour la Valorisation de l'Agriculture et du Milieu rural) Bretagne, de Cesson-Sévigné, pour le collectif Impact Bretagne :

Ce projet vise à accompagner les paysans en agriculture durable, sensibiliser aux enjeux du renouvellement des générations en agriculture et proposer une diversité de solutions et d'idées qui peuvent être mises en œuvre sur les territoires comme à l'échelle des exploitations, pour favoriser l'installation de paysans, permettre de conserver des campagnes vivantes et favoriser une alimentation locale. L'action consistera en l'organisation d'une trentaine d'évènements sur différents thèmes : s'installer en lait, s'installer en collectif, l'implication citoyenne dans l'installation agricole et le maintien des terres agricoles, s'installer en circuits-courts et ou diversification par l'accueil, reprendre une ferme en place, s'installer progressivement, s'installer sur des petits systèmes, accès de nouveaux publics à l'installation agricole, gestion foncière sur les territoires.

- Le projet « Essaimons la nature, une alimentation équilibrée et responsable », porté par l'association Artpiculture, d'Artagnan :

Ce projet vise à former près de 400 professionnels de l'éducation par an, pour intégrer des potagers pédagogiques au sein des établissements scolaires et périscolaires, et développer une pédagogie autour de l'enfant. Les programmes d'animations concernent les enfants (« jardin au naturel », « abeille et fourchette ») et les animateurs (« du potager à l'assiette », « posture de l'animateur », « pour une alimentation plus végétale », « accompagner une alimentation durable et délicieuse », « faire grandir le lien à la nature »). L'ambition de ce projet est de sensibiliser près de 7 500 personnes par an via un déploiement des animations sur les 2 régions Occitanie et Nouvelle-Aquitaine, et de créer un réseau de partenaires pour faire le lien entre biodiversité, alimentation et pédagogie.

- Le projet « Jardin extraordinaire, de la fourche à la fourchette », porté par l'association Rebond33, de Loupiac :

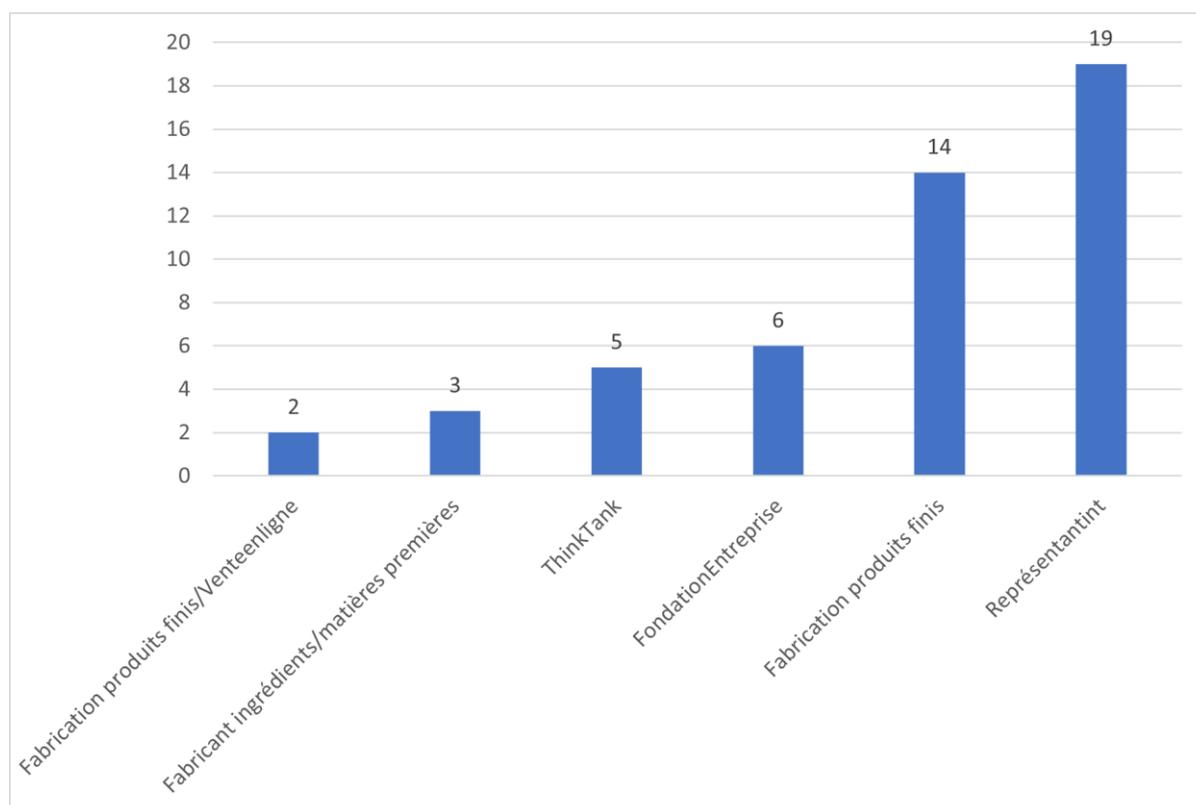
Ce projet permettra d'aménager un jardin au sein de l'école de Loupiac, pour à terme couvrir la moitié des besoins de la cantine de Loupiac avec des légumes et aromates bio, d'ici juin 2020. Concernant les élèves, ce projet a deux objectifs : contribuer par l'apport en légumes biologiques et de saison à l'amélioration de l'alimentation des élèves de l'école de Loupiac, et sensibiliser les élèves de l'école de Loupiac au bien-produire et au bien-manger.

Source : [Projets financés en 2019 | Institut Olga Triballat \(institut-olgatriballat.org\)](https://www.institut-olgatriballat.org)

## 4.2. Les acteurs des activités de représentation des intérêts

Au total, 49 organisations de notre échantillon (23,5%) mettent en œuvre des activités directes, elles ne passent pas par l'intermédiaire d'une organisation tierce, de représentation d'intérêts dans le secteur des compléments alimentaires. Plusieurs types d'organisations sont actives dans ce domaine, mais les plus présentes sont les syndicats patronaux – Représentantint- les entreprises de fabrication de produits finis et les fondations d'entreprise (cf. Graphique 17) :

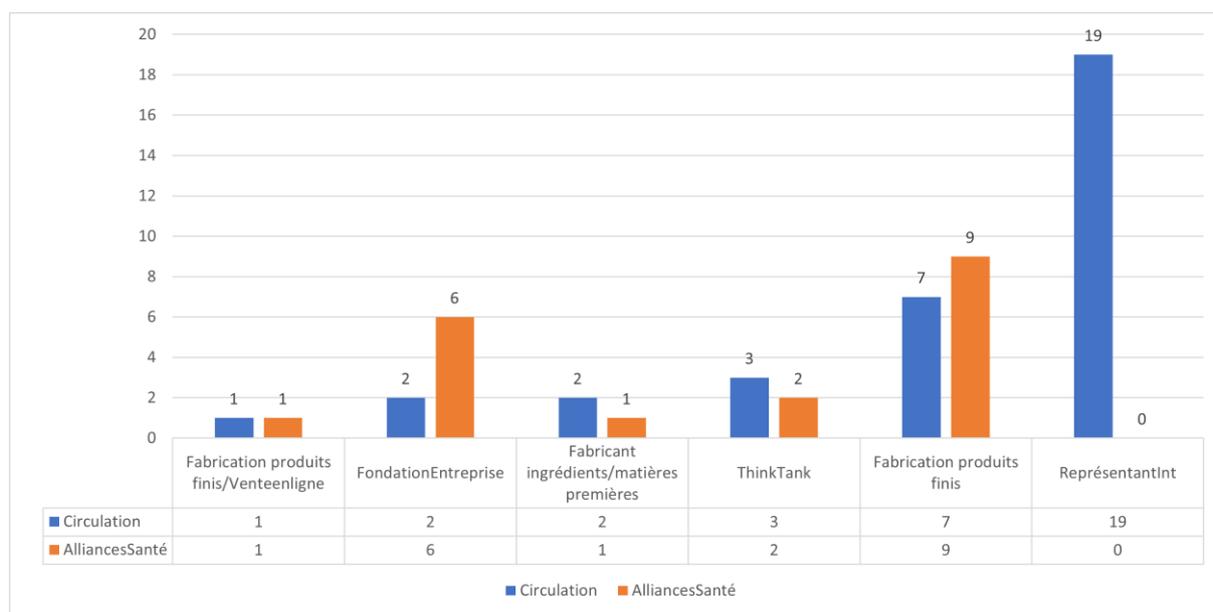
Graphique 17: Nombre d'organisations actives dans les APE de représentation intérêts par type d'organisation (2019-2020)



Source : Auteurs

Le deuxième élément à souligner est qu'il y a une spécialisation dans le type d'activités de représentation d'intérêts mises en œuvre selon le type d'organisation. Ainsi, les organisations patronales se consacrent exclusivement à l'élaboration et à la mise en œuvre de stratégies de circulation de l'information (cf. Graphique 18). Elles se consacrent exclusivement à l'organisation d'événements et de rencontres avec les décideurs politiques. Les fondations d'entreprise, quant à elles, se consacrent presque exclusivement à la création de partenariats et à la mise en œuvre de programmes d'action dans le domaine de la santé. Cette spécialisation est inexistante pour les entreprises impliquées dans la fabrication de produits finis. Ces entreprises sont actives dans la mise en œuvre des deux pratiques (cf. Graphique 14) :

Graphique 18 : Types d'organisation par modalité des activités de représentation d'intérêts (2019-2020)



Source : Auteurs

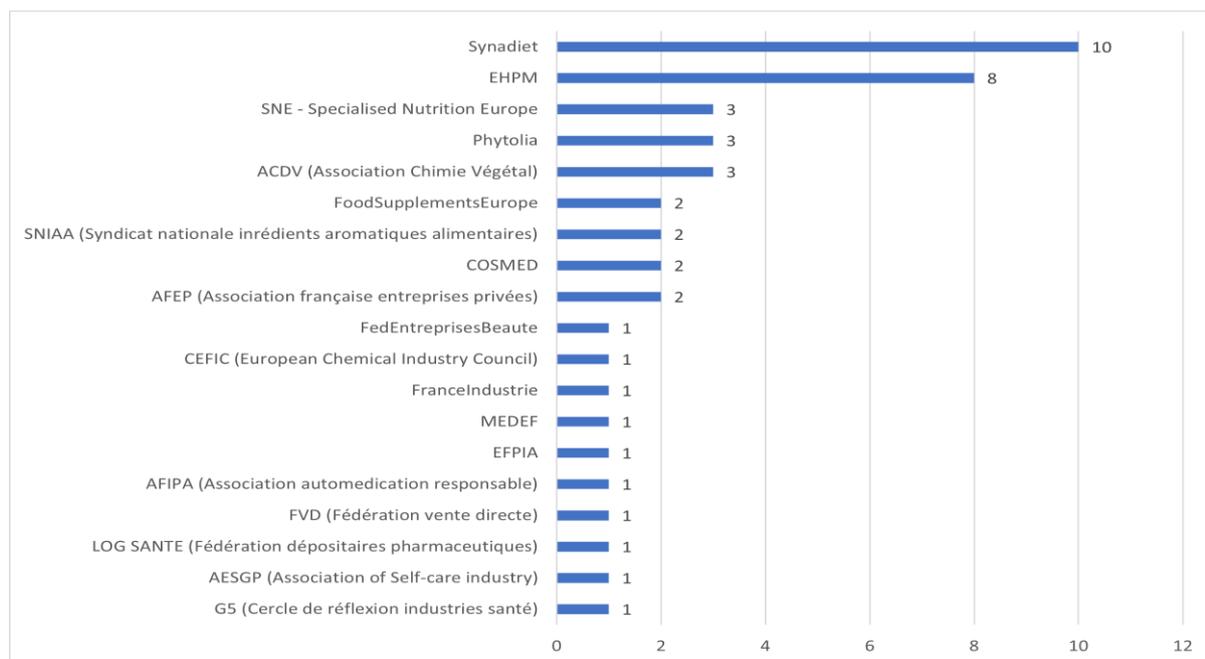
Au total, dix syndicats patronaux directement liés à la filière des compléments alimentaires ont pu être identifiés dans la mise en œuvre des activités de représentation d'intérêts. La plupart de ces syndicats sont des associations qui ont pour vocation de représenter l'ensemble des métiers de la filière. Cependant, nous avons trouvé trois syndicats d'employeurs qui se consacrent spécifiquement à la défense des producteurs d'ingrédients : Syndicat national des ingrédients aromatiques alimentaires, Association chimie végétal et Phytolia.

Nous avons également identifié neuf syndicats patronaux qui ne sont pas directement liés à la production et à la commercialisation de compléments alimentaires. Ce sont des organisations orientées vers la défense d'un type d'entreprise du secteur - Fédération entreprises de la vente directe, Fédération dépositaires pharmaceutiques, Cosmed, Fédération européenne des industries pharmaceutiques. La présence de ce type de syndicat patronal est due au fait que certains des producteurs de compléments alimentaires, les entreprises qui se situent dans le segment des compléments destinés à certains groupes de population ou à l'accompagnement et prévention de pathologies, sont de grandes entreprises présentes dans d'autres secteurs économiques (pharmacie, agroalimentaire). Ces entreprises ont une forte activité politique qui se matérialise par leur appartenance simultanée à plusieurs syndicats patronaux.

Parmi les organisations patronales actives dans la mise en œuvre des activités de représentation d'intérêts, on trouve Synadiet et l'Association européenne des fabricants de produits de santé (EHPM). Synadiet est particulièrement actif dans les activités visant à façonner et à faire avancer les questions réglementaires relatives à l'utilisation des plantes dans la fabrication et la commercialisation des compléments alimentaires (cf. Graphique 19). Le syndicat participe, comme il a été déjà signalé, à plusieurs groupes de consultation et de travail mis en place par le Ministère de l'agriculture. Synadiet est également en relation avec les membres de la mission d'information sur le développement de l'herboristerie et des plantes médicinales du Sénat. Enfin, le syndicat français est très présent à l'Assemblée nationale et au niveau européen en tant que membre des syndicats patronaux EHPM et SNE - Specialized nutrition Europe.

Pour sa part, l'EHPM est connue pour ses événements à Bruxelles et ses contacts avec un certain nombre de députés européens et de fonctionnaires de l'EFSA (n=8).

Graphique 19 : Nombre d'activités de représentation d'intérêts par organisation patronale (2019-2020)



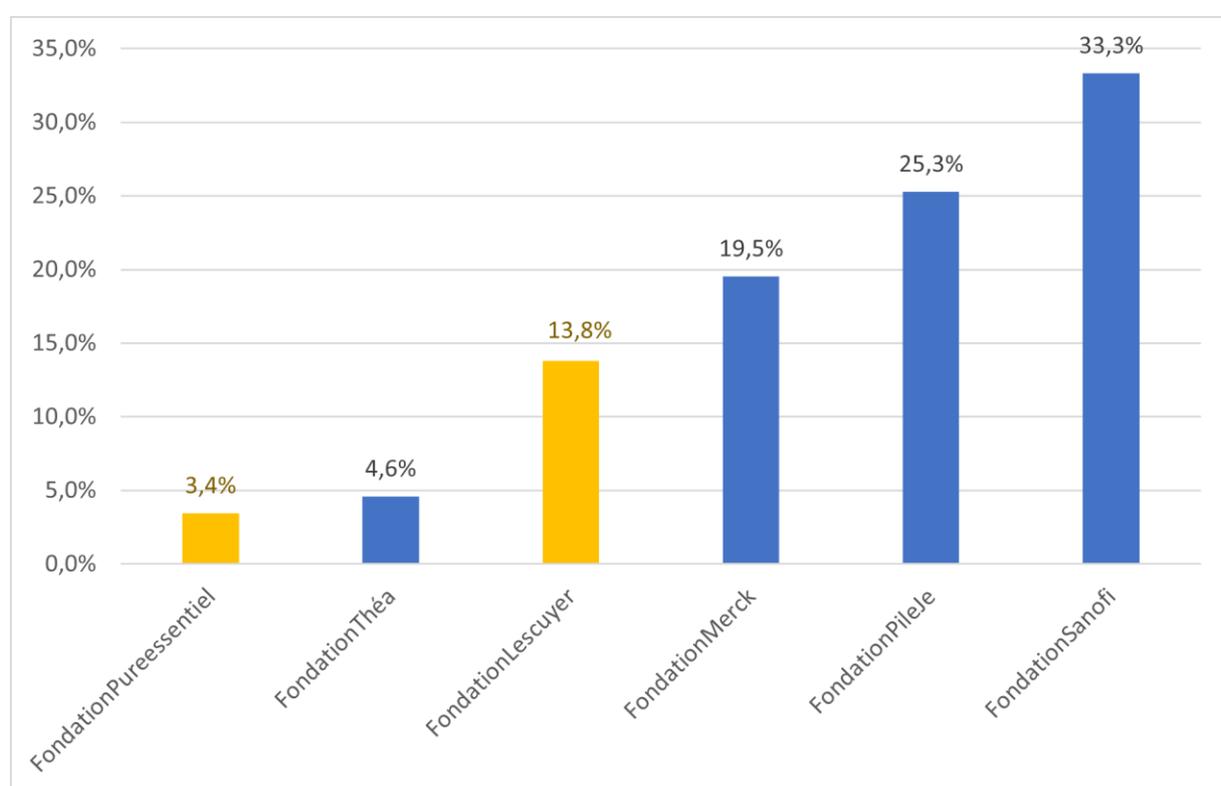
Source : Auteurs

En ce qui concerne les fondations d'entreprises, il convient de noter que sur les six fondations identifiées, quatre appartiennent à des entreprises - moyennes, intermédiaires et grandes - qui se consacrent à la production de compléments alimentaires cosmétiques, de produits techniques destinés à un groupe de population spécifique ou de produits techniques destinés à la prévention et à l'accompagnement de pathologies. Ces entreprises représentent 40,44% du nombre total d'entreprises fabriquant des produits finis, ce qui signifie qu'elles sont surreprésentées par rapport aux entreprises situées dans le segment de marché des produits caractérisés comme « écologiques », « naturels » et/ou à base d'un ingrédient naturel - produits de la ruche, algue de Bretagne etc. Ces entreprises représentent 46,06 % du nombre total de fabricants de produits finis dans le secteur.

Cette surreprésentation des entreprises moyennes, intermédiaires et grandes est davantage visible si l'on décompte le nombre d'activités mises en œuvre par ces fondations. Ce nombre peut être estimé à partir du nombre d'accords de collaboration que chaque fondation a signés avec des entités extérieures pour la mise en œuvre de programmes d'action dans le domaine de la santé ou pour soutenir la vie du territoire local. Ainsi, sur le graphique 16, on peut constater que sur le nombre total de partenariats établis par les fondations créées par des acteurs du secteur des compléments alimentaires, seuls 17,2% - ceux de la Fondation Lescuyer et de la Fondation Puresentielle – sont liés à des fondations d'entreprise du

segment « nature », « bio », « produits locaux ». Les 82,8 % restants ont été signés par des fondations créées par des entreprises situées dans les deux autres clusters du marché :

Graphique 20 : Nombre d'accords signés par les différentes fondations du secteur des compléments alimentaires (2019-2020)



Source. Auteurs

Enfin, l'objet des partenariats diffère selon le type d'entreprise qui les signe. Les fondations des deux entreprises situées dans le segment des produits « naturels » - Laboratoires Lescuyer et Pure Essentiel - signent des accords avec des organisations dont le but est de promouvoir les médicaments dits « naturels ». Les Laboratoires Lescuyer collaborent avec des organismes tels que Homéoptahie sans frontières, l'Association pour la promotion de la médecine homéopathique ou l'Institut homéopathie. De leur côté, les fondations d'entreprises qui proposent des produits spécialisés dans des groupes de population, dans la prévention de pathologies ou dans la santé d'un organe spécifique signent des accords avec des organisations liées à ces groupes de population ou à ces pathologies. La Fondation Théa

signe par exemple des accords avec des organisations dédiées à la santé oculaire : Ophtalmo sans frontières<sup>65</sup> , Ojos del Mundo<sup>66</sup> .

Les deux tendances décrites ci-dessus se reproduisent pour les entreprises développant et mettant en œuvre des activités de représentation d'intérêts de façon autonome. Il est ici question d'entreprises qui mettent en pratique des activités de représentation d'intérêts sans passer par une fondation ou un syndicat patronal. Ces entreprises sont pour l'essentiel des entreprises qui fabriquent des produits finis (n=15/21), des produits finis et vendent en ligne (n=3/21) et des ingrédients et des matières premières (n=3/21). Les autres segments de la filière mettent en œuvre des activités de représentation d'intérêts de manière indirecte, c'est-à-dire par l'intermédiaire de syndicats d'employeurs ou de fondations. Parmi ce petit groupe d'entreprises la plupart se situent dans les segments « cosmétiques », « groupes de population spécifiques », « organes et pathologies » (n=11/18).

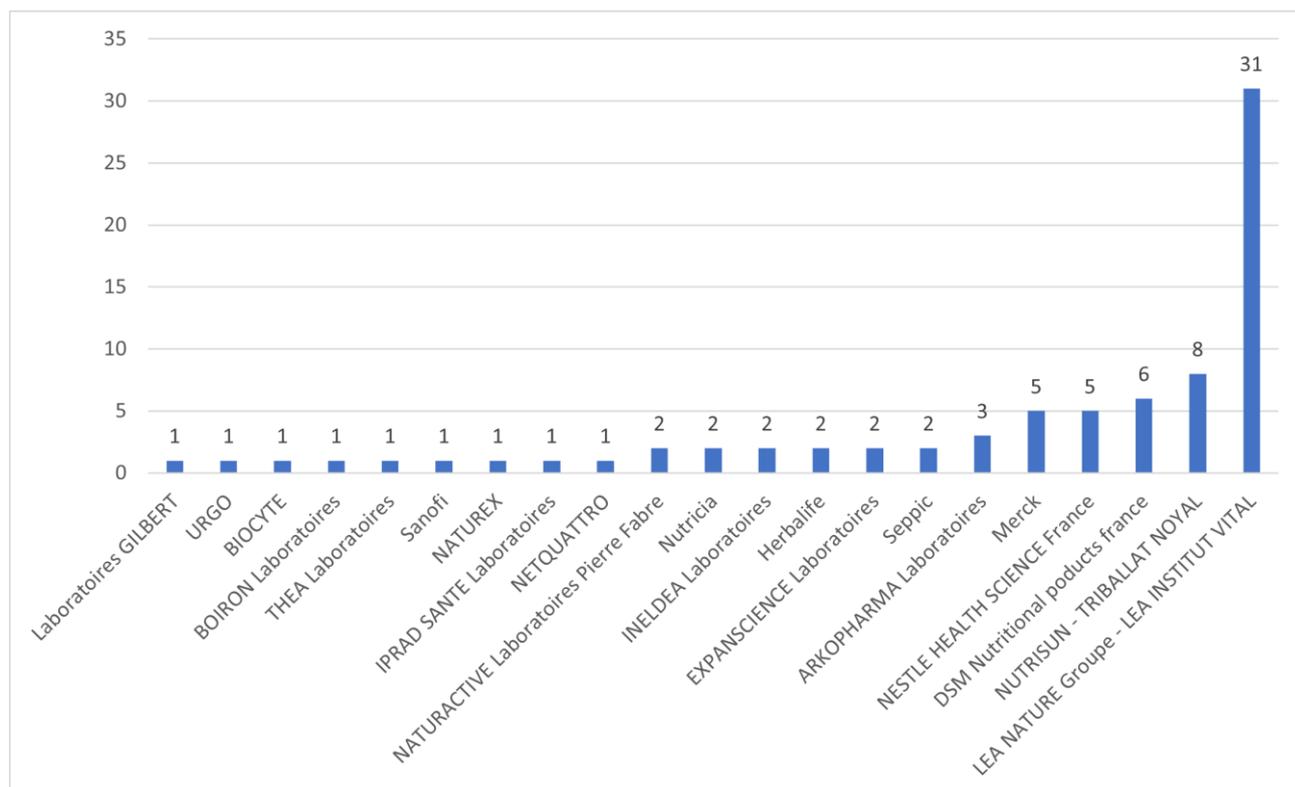
Lorsque l'on considère le volume d'activités de représentation d'intérêts menées par ce groupe d'entreprises agissant de manière autonome, deux entreprises positionnées sur le secteur des produits « naturels » apparaissent particulièrement actives. Il s'agit de Nutrisun et de Léa Nature – (cf. Graphique 21). Cette vitalité est due au grand nombre d'accords de partenariat signés avec des organisations locales, régionales et nationales pour soutenir le sport et l'activité physique. Ces deux entreprises sont une exception au sein du groupe de sociétés situées dans le segment « nature ». Ce sont toutes deux des sociétés de taille moyenne, à la différence de la plupart des autres sociétés de ce segment, qui sont des petites ou des très petites entreprises.

---

<sup>65</sup> [Index \(opht-sans-frontieres.org\)](http://Index(opht-sans-frontieres.org))

<sup>66</sup> [Página de inicio de la Fundación Ojos del mundo \(ullsdelmon.org\)](http://Página de inicio de la Fundación Ojos del mundo (ullsdelmon.org))

Graphique 21 : Nombre d'accords signés par les entreprises agissant de façon autonome en matière de représentation d'intérêts (2019-2020)



Source : Auteurs

### 4.3. Synthèse : Une activité de persuasion, du territoire local à l'Europe

Les acteurs du secteur des compléments alimentaires peuvent pratiquer trois types d'activités de représentation d'intérêts. La première consiste à faire connaître la position de l'industrie sur les différentes questions considérées comme prioritaires par les acteurs du secteur : réussir à avoir des allégations santé liées aux produits à base de plantes, obtenir un cadre réglementaire propre pour les compléments alimentaires, obtenir des procédures simplifiées de demande et d'autorisation d'allégations nutritionnelles et de santé. Afin d'informer et de convaincre les décideurs politiques de l'intérêt de ces propositions, les acteurs du secteur organisent des rencontres formelles avec les décideurs politiques au niveau national et européen ; ils les invitent à des événements organisés par les acteurs du secteur, tels que des colloques, des conférences ou des visites d'usines. Enfin, les acteurs de la filière participent, via les organisations patronales du secteur, à des groupes de travail et de consultation mis en place par les autorités nationales et européennes (cf. Acteurs en vert et bleu sur le graphique 22).

Le deuxième type d'activités de représentation d'intérêts implique la création d'alliances avec des acteurs d'autres univers sociaux (cf. Acteurs en noir sur le graphique 22). Ces alliances sont créées grâce au soutien financier des instances de la filière aux acteurs du territoire. Dans ce type d'activité, il convient de souligner le soutien des entreprises du segment « nature », « bio », « produits locaux » aux événements et institutions culturels et sportifs dans les différentes régions où les entreprises sont implantées. Ces événements sont liés au respect de la nature et au développement d'activités en pleine nature. Léa Nature est l'entreprise la plus active dans cette modalité.

Le troisième et dernier type d'activités mises en œuvre par les acteurs du secteur des compléments alimentaires consiste en ce que nous avons appelé la « substitution du politique » (cf. Acteurs en noir sur le graphique 22). Dans ce cas, il s'agit de financer ou de mettre en œuvre des programmes d'action dans le domaine de la santé et de l'alimentation. Il s'agit d'occuper l'espace d'une politique publique afin de devenir un acteur important de l'économie de cet espace et d'éviter, en quelque sorte, le développement de politiques qui aillent à l'encontre de ce qui est déjà existant. Les acteurs du secteur des compléments alimentaires financent et mettent en œuvre divers programmes dans le domaine de la lutte contre la faim et la malnutrition, dans le domaine de l'accompagnement des malades et de leurs familles, dans des programmes de soutien à des groupes de population spécifiques ou dans des programmes d'action qui favorisent une alimentation durable à base de produits naturels et respectueux de l'environnement (cf. Tableau 6).

Tableau 6 : Synthèse des activités de représentation d'intérêts de la filière

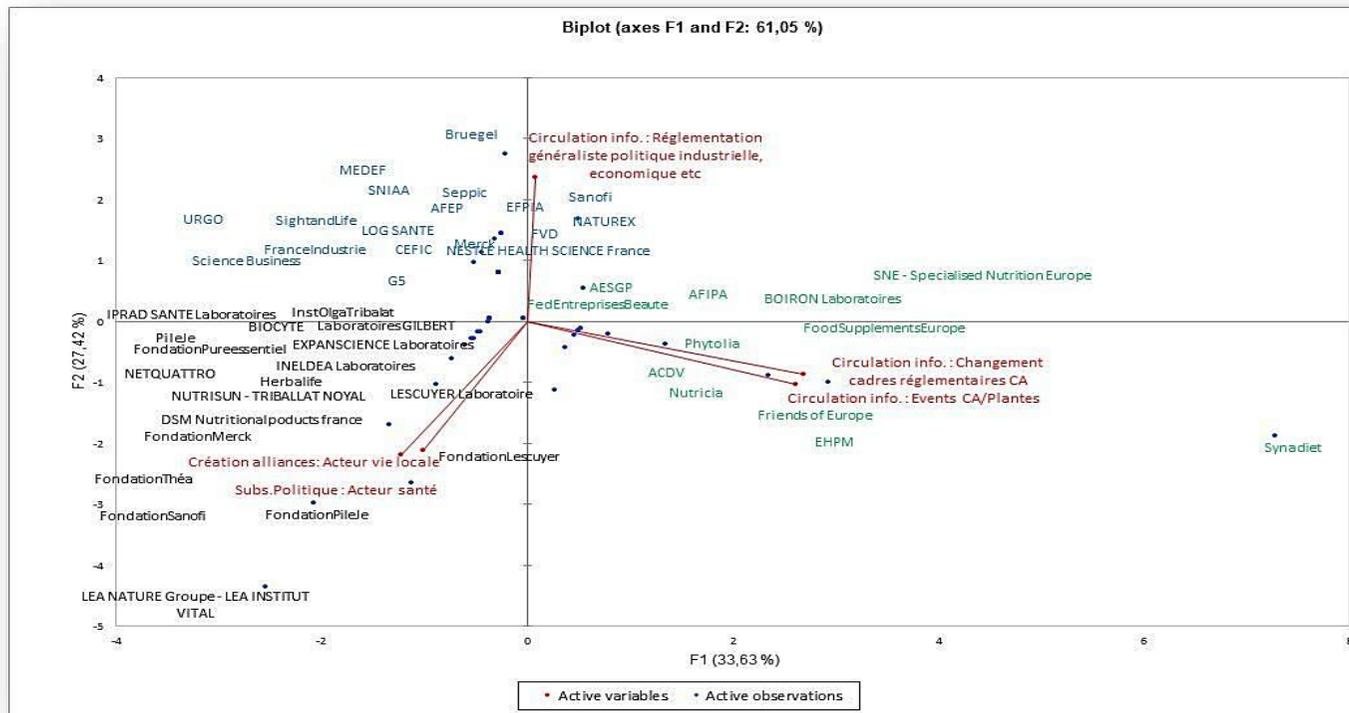
Modalités	Activités	Arènes investies
<b>a. Faire circuler les énoncés</b>		
<b>Modifier les procédures d'évaluation des allégations et harmonisation réglementations nationales</b>	<p>Écrire aux décideurs</p> <p>Fixer des rendez-vous politiques</p> <p>Participer aux auditions parlementaires</p> <p>Participer aux groupes de concertation</p> <p>Organiser des événements (salons...)</p> <p>Organiser des visites (usines...)</p>	<p>Assemblée nationale, Parlement européen, France Agrimer Conseil spécialisé des productions végétales, Comité pilotage compétitivité PPAM, Comité de pilotage alcaloïdes pyrrolozi. Groupe consultatif de la chaîne alimentaire et de la santé animale et végétale.</p>
<b>b. Création d'alliances</b>	<p>Alliances avec d'autres acteurs économiques</p> <p>Partenariats avec des collectivités locales</p>	<p>Collectivités territoriales, Fédération française de cyclisme, la Fédération française de handball, la Fédération française de course à pied, la Fédération française d'athlétisme et la Fédération française de football.</p>
<b>c. Substitution du politique</b>	<p>Activités de financement d'actions en santé publique</p>	<p>Organisation mondiale de la santé, Ophtalmologues sans frontières, World eye association, Unicef, Association au sein des femmes, Maison des femmes</p>

Source: Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p

Les activités de représentation des intérêts sont le résultat du travail des organisations patronales, notamment la circulation d'énoncés, des fondations d'entreprise, en ce qui concerne la création d'alliances et la substitution du politique. Un groupe d'entreprises est également actif dans la mise en œuvre de ces activités. Comme c'était déjà le cas pour les activités cognitives, les organisations les plus présentes et les plus actives dans la mise en

œuvre des activités de représentation d'intérêts sont les instances soutenues ou créées par des entreprises qui fabriquent des produits finis, de taille moyenne, intermédiaire et grande et spécialisées dans des groupes de population, des pathologies ou des produits cosmétiques (cf. Nutricia, Sanofi, Uro, Merck, Théa laboratoires, Pileje, Nestlé health science). La plupart des petites et micro-entreprises qui composent le secteur agissent par l'intermédiaire de Synadiet. Enfin, le contenu des différentes activités mises en œuvre par les entreprises et leurs fondations varie en fonction du segment de marché dans lequel l'entreprise est située.

Graphique 22: Répartition des acteurs de la filière par modalité et intensité d'activité politique de représentation d'intérêts



Source : Auteurs à l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

## 5. LES ACTIVITES D'ORDRE SYMBOLIQUE DE LA FILIERE DES COMPLEMENTS ALIMENTAIRES

Ce chapitre est consacré à la description des activités politiques d'ordre symbolique identifiées lors du travail de terrain. Ces pratiques font référence à toute activité visant le renforcement ou la réduction du crédit symbolique associé à certains acteurs. Ce type d'activités peut se jouer à un double niveau, positif ou négatif. Dans son volet positif, il est question de défendre des positions de manière indirecte et parfois implicite en mettant en avant le caractère vertueux de certains acteurs économiques. Dans son volet négatif, il est question de réduire la légitimité d'éventuels « opposants ». Il s'agit de faire porter sur eux une forme de discrédit (cf. Tableau 7).

Dans ce chapitre, il est question d'établir une morphologie des pratiques d'ordre symbolique ainsi que des acteurs du secteur des compléments alimentaires les mettant en œuvre. Plus concrètement, il s'agit de décrire les types d'organisations qui sont investis dans la mise en œuvre de ces pratiques (ONG, associations etc...) ainsi que les domaines d'activité de ces organisations (pauvreté, santé etc...). Dans un deuxième temps, nous détaillons les acteurs du secteur des compléments alimentaires en charge de la mise en œuvre de ces pratiques.

*Tableau 7 : Activités politiques symboliques*

<b>Modalités</b>	<b>Activités</b>	<b>Acteurs dédiés</b>
<b>a. Philanthropie hors alimentation-santé</b>	Partenariats ONG et associations	Entreprises, Fondations d'entreprise
<b>b. bâillonnement et renvoi du stigmaté</b>	Personnaliser les propositions scientifiques Personnaliser les propositions politiques Discréditer les recherches et leurs auteurs Entreprendre des actions en justice	Entreprises, Organismes représentants d'intérêts,

Source : Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.

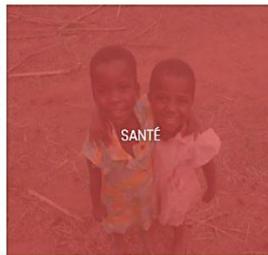
## 5.1. Les modalités des activités symboliques

Le premier élément à souligner est que les acteurs du secteur des compléments alimentaires ne mettent en pratique que des activités symboliques visant à promouvoir une image vertueuse de l'industrie. Nous n'avons identifié aucun cas d'action visant à discréditer d'autres acteurs qui seraient identifiés comme des « opposants » aux intérêts du secteur.

Afin de produire cette image vertueuse, les acteurs du secteur établissent des partenariats avec des organisations philanthropiques. Dans notre travail de terrain, nous avons identifié 64 accords de partenariat de ce type. Ces organisations philanthropiques travaillent essentiellement dans le domaine de l'exclusion et de la pauvreté sous ses différentes facettes. Plus spécifiquement, on trouve des organisations spécialisées dans le domaine de la solidarité internationale (cf. Document 32) - Association TSW France-Népal, Association sœur Emmanuelle, Voix libres Bolivie-, dans le domaine de l'insertion sociale et professionnelle des personnes exclues ou en risque d'exclusion en France (cf. Document 33) – Linkedout, Samu Social, Restos du cœur –, dans l'intégration sociale des personnes handicapées (cf. Document 34) – association Bouchons d'amour, Handicap travail et solidarité – et, enfin, dans la prise en charge et l'accompagnement des personnes âgées (cf. Document 35) – Petits frères des pauvres, petites sœurs des pauvres. Un petit nombre d'organisations travaillent sur d'autres thèmes. Elles se consacrent à l'accompagnement de la parentalité et du bien-être familial (cf. Document 36) – Crèche orangerie, Les petits éléphants, Enfance et partage.

Document 32 : Association de solidarité internationale

## Enfants des Rues



### LA NAISSANCE D'UN PROJET

Après plusieurs voyages au Togo pour le compte d'une l'ONG venant en aide aux populations défavorisées en créant des forages afin de leur fournir de l'eau potable, nous avons été très touchés par la problématique liée aux enfants livrés à eux-mêmes dans les rues de Lomé.

Le fort attachement à ce pays et parents de quatre enfants, nous ne pouvions pas détourner le regard de ce fléau, sans rien faire. De ce constat est né le projet « Enfants des Rues » ; il a pour but de créer un lieu d'hébergement pour les enfants vivants dans les rues de Lomé, de subvenir à leurs besoins tant au niveau alimentaire que médical et leur offrir la chance de pouvoir être scolarisés.

**Maria et Miguel**

Source : [Enfants des rues – Association humanitaire \(enfants-des-rues.org\)](http://enfants-des-rues.org)

*Document 33 : Organisation d'insertion sociale et professionnelle des personnes exclues*



Source : [LinkedOut](#)

Document 34 : Organisation dédiée à l'intégration des personnes handicapées



Source : [Fondation Sport et Solidarité \(sportetsolidarite.com\)](http://sportetsolidarite.com)

Document 35 : Organisation d'accompagnement social des personnes âgées



Source : [Petites Sœurs des Pauvres \(petitessœursdespauvres.org\)](http://petitessœursdespauvres.org)

Document 36: Organisation d'orientation parentale et du bien-être familial

Le projet continue ...



Nos ateliers ont été proposés en ligne, d'autres ont dû être annulés et/ou reportés. Mais nous sommes toujours là !

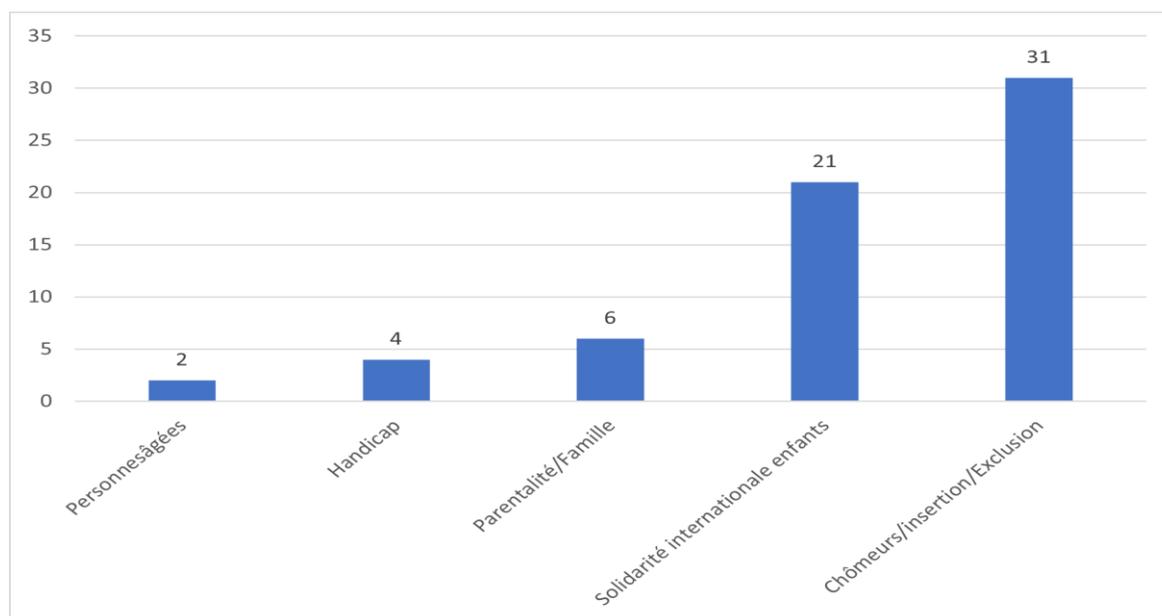
Les bénévoles de L'Atelier des Familles se réunissent régulièrement en ligne. Nous travaillons toujours à des projets autour de la parentalité pour 2021, et nous n'attendons que la possibilité de mettre tout cela en action. Nous sommes impatients de pouvoir de nouveau vous accueillir « en vrai » en atelier, car c'est ce qui nous anime le plus : le partage. D'ici-là, surtout, prenez soin de vous !

• • • • •

Source : [Accueil - L'Atelier des Familles - Ateliers parents, enfants, familles \(atelierdesfamilles.fr\)](https://www.atelierdesfamilles.fr/)

Parmi le groupe d'organisations philanthropiques soutenues par les acteurs de la filière compléments alimentaires, la plupart travaillent dans les domaines de l'insertion sociale et professionnelle des personnes exclues et dans le domaine de la solidarité internationale. Les acteurs du secteur collaborent beaucoup moins intensément avec les associations des autres domaines d'action mentionnés :

Graphique 23 : Accords de collaboration existants selon les thèmes d'intervention (2019-2020)



Source : Auteurs

Le secteur des compléments alimentaires diversifie substantiellement ses investissements en matière des activités symboliques. En effet, les 64 accords de collaboration signés par les acteurs du secteur des compléments alimentaires concernent 57 organisations philanthropiques différentes. Seules quatre organisations philanthropiques ont signé des accords avec plus d'un acteur du secteur. Il s'agit de quatre organisations très importantes dans le domaine social : Bouchons d'amour (n=2), Les Restos du cœur (n=2), les Banques alimentaires (n=2) et le Secours populaire (n=5).

Cette diversification apparaît aussi à travers la taille des organisations philanthropiques qui travaillent avec le secteur des compléments alimentaires. Ainsi, 23 des 64 accords signés par le secteur pour la mise en œuvre d'activités symboliques le sont avec des organisations très importantes, en termes de budget, de ressources humaines et de cadre géographique d'intervention : Secours populaire, Restos du cœur, Unicef, Croix Rouge etc. Les autres partenariats (n=41) sont établis avec de petites associations locales - Vivre les Mureaux<sup>67</sup>, Biosol<sup>68</sup> ou l'Atelier des familles<sup>69</sup> - ou des organisations régionales ou nationales de taille

<sup>67</sup> [L'association aujourd'hui - PTCE \(lesmureaux.info\)](http://lesmureaux.info)

<sup>68</sup> [Insertion professionnelle en France | Fondation Air Liquide \(fondationairliquide.com\)](http://fondationairliquide.com)

<sup>69</sup> [Lieu des ateliers ~ L'Atelier des Familles \(atelierdesfamilles.fr\)](http://atelierdesfamilles.fr)

et de capacité d'action modeste - Jardins de la voie romaine<sup>70</sup> , Handicap-travail-solidarité<sup>71</sup> , Nos quartiers ont du talent<sup>72</sup> .

## 5.2. Les acteurs des activités symboliques

Seules 14 entreprises du secteur - 9,65% (14/145) des acteurs de notre échantillon - sont impliquées dans ce type d'activité. Parmi cette minorité d'acteurs, sept le font directement en leur nom propre et sept le font par le biais d'une fondation.

Les organisations les plus actives dans le domaine des activités symboliques sont cinq fondations d'entreprise pour lesquelles nous avons identifié plus de cinq accords de collaboration avec des entités philanthropiques. Il s'agit de l'Institut Léa nature – propriété de la société Léa nature, de la Fondation Air Liquide – propriété du géant Seppic, de la Fondation Boutique Fitness – liée au distributeur Netquattro, de la Fondation Naturex – propriété de la société du même nom, et enfin de la Fondation Lescuyer – propriété des laboratoires du même nom. Ces cinq fondations représentent 65,6 % de l'ensemble des collaborations liées à la mise en œuvre d'activités symboliques :

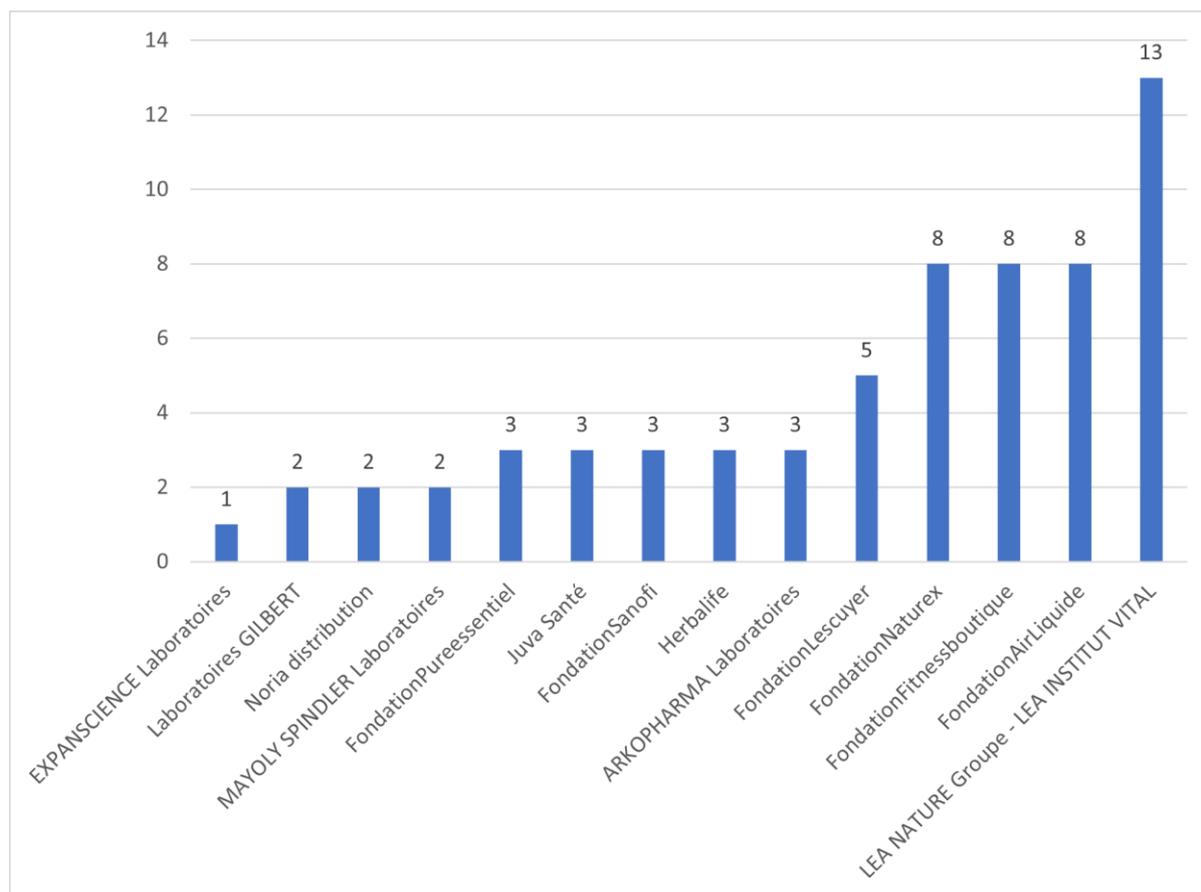
---

<sup>70</sup> [Accueil - Les Jardins de la voie romaine \(lesjardinsdelavoieromaine.com\)](http://lesjardinsdelavoieromaine.com)

<sup>71</sup> [Notre équipe \(hts-france.org\)](http://hts-france.org)

<sup>72</sup> [L'association NQT oeuvre pour l'égalité des chances face à l'emploi](#)

Graphique 24 : Les acteurs les plus actifs dans les activités politiques symboliques (2019-2020)



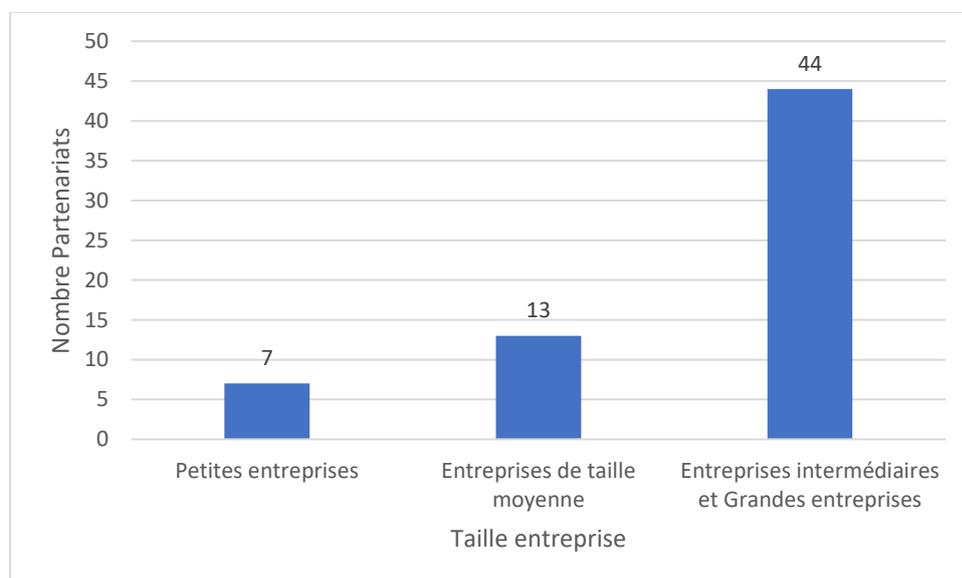
Source : Auteurs

Les entreprises du segment de la fabrication de produits finis sont les plus actives dans la mise en œuvre des activités d'ordre symbolique. Ce type d'entreprises, directement ou par le biais des différentes fondations qui lui sont liées, cumule 59,37% des partenariats signés par la filière avec des organisations philanthropiques (38/64). Elle est suivie par les entreprises fabriquant des ingrédients et des matières premières avec 25% (16/64) des partenariats ; closent cette liste les entreprises dédiées à l'importation et à la distribution de compléments alimentaires avec 10,9% (7/64) des partenariats. Ces données sont intéressantes car elles indiquent la surreprésentation des fabricants de produits finis ainsi que ceux des ingrédients et des matières premières dans la mise en œuvre des activités d'ordre symbolique. Ainsi, les premiers représentent 40,06% (59/145) des entreprises de notre échantillon mais concentrent 59,37% de l'activité symbolique. Les seconds représentent 9,65% (14/145) des entreprises de

notre échantillon mais cumulent 25% des accords de collaboration avec les organisations philanthropiques.

Si nous examinons la taille des entreprises, nous constatons une concentration des activités symboliques dans le groupe des entreprises intermédiaires et des grandes entreprises. Ce type d'entreprises représente 68,75% des partenariats avec des organisations philanthropiques (44/64), alors qu'elles ne représentent que 19,08% (25/131<sup>73</sup>) des entreprises de notre échantillon. Les entreprises moyennes sont également surreprésentées dans ce chapitre, puisqu'elles représentent 20,13 % des partenariats (13/64), alors qu'elles ne représentent que 14,50 % (19/131) des entreprises de notre échantillon (cf. Graphique 25). En résumé, la relation positive entre les capacités structurelles, le poids d'une entreprise du fait du grand nombre d'emplois et de ressources économiques qu'elle génère, et le niveau d'action politique est à nouveau confirmée.

Graphique 25 : Total nombre de partenariats par type d'entreprise (selon leur taille)



Source : Auteurs

Enfin, comme nous l'avons déjà vu pour les autres activités politiques des entreprises, la corrélation entre la taille de l'entreprise et l'activité politique coïncide à son tour avec le

<sup>73</sup> Nous excluons du dénombrement les entreprises pour lesquelles nous n'avons pas trouvé des données fiables sur leur nombre de salariés et leur chiffre d'affaires. Quand on enlève ces entreprises l'échantillon, ce dernier est composé de 131 entreprises.

positionnement de l'entreprise sur le marché. Si l'on se concentre sur l'activité symbolique des entreprises qui fabriquent les produits finis, les entreprises qui se positionnent sur le segment de marché « cosmétiques », « pathologies », « groupes de population spécifiques » concentrent 63,82% des partenariats signés par les fabricants de produits finis avec des organisations philanthropiques. Mais ces entreprises ne représentent que 40,44 % (36/89) de tous les fabricants de produits finis. Les entreprises des segments « naturel », « écologique » et « local » représentent 36,17 % des partenariats philanthropiques, bien qu'elles représentent 46,06 % (41/89) du nombre total d'entreprises du secteur. Cette différence ne reflète toutefois pas des variations substantielles dans le type de domaine d'intervention traité. Comme cela a déjà été mentionné, la tendance générale dans le domaine des activités symboliques est de financer des activités de lutte contre l'exclusion et la pauvreté.

### 5.3. Synthèse : Une activité classique de quête de légitimité symbolique

Les acteurs du secteur des compléments alimentaires mettent en œuvre des activités visant à associer leur image à celle d'acteurs bénéficiant d'une image sociale positive, ce qui leur permet d'accroître leur prestige social. Ils établissent pour cela des partenariats avec des organisations philanthropiques, qu'il s'agisse d'ONG, d'associations ou de fondations. Ces organisations philanthropiques travaillent dans différents domaines : soutien à la parentalité, handicap, personnes âgées, exclusion et pauvreté et solidarité internationale (cf. Graphique 26). Plus spécifiquement, la plupart d'entre elles se consacrent à la mise en œuvre de programmes d'insertion sociale et professionnelle pour les personnes exclues ou en risque d'exclusion, ou à des actions de solidarité internationale (cf. Tableau 8).

*Tableau 8: Synthèse des activités politiques symboliques de la filière*

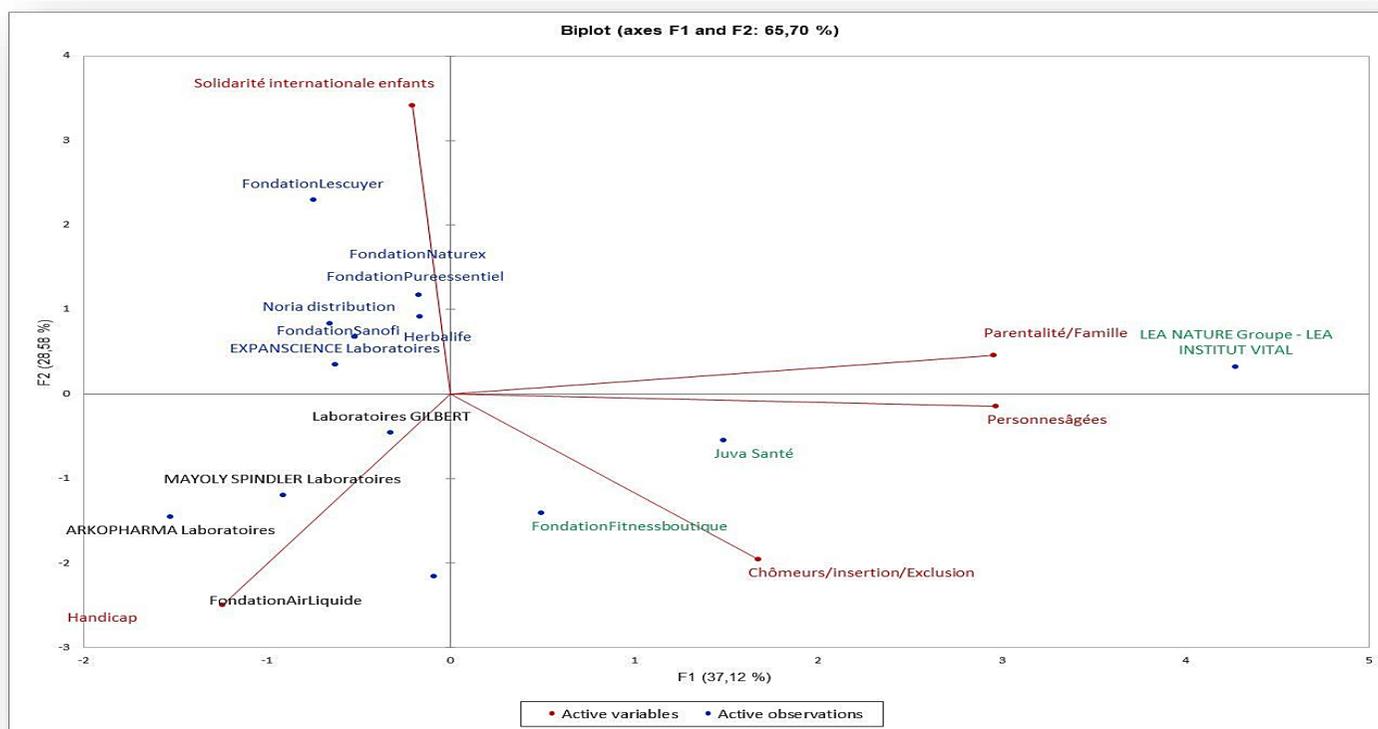
<b>Modalités</b>	<b>Activités</b>	<b>Arènes/Thèmes investies</b>
<b>a. Philanthropie hors alimentation-santé</b>	Partenariats ONG et associations	ONG solidarité internationale, insertion sociale et professionnelle exclus, Intégration porteurs d'handicap, personnes âgées, parentalité.

Source: Auteurs

Ces organisations philanthropiques peuvent être de petites associations locales, des associations nationales aux ressources relativement modestes ou de grandes organisations dotées d'une grande capacité d'action et d'une forte visibilité. Aucun de ces types d'organisation n'est dominant dans l'ensemble d'organisations identifiées. Les protagonistes de ce type de stratégie sont quatorze entreprises du secteur. Ces entreprises établissent des collaborations directes avec des organisations philanthropiques ou passent par l'intermédiaire de fondations. Cinq de ces fondations concentrent la grande majorité des partenariats avec des organisations philanthropiques.

Enfin, il convient de noter que les entreprises les plus actives dans le domaine des activités symboliques sont les entreprises moyennes, les intermédiaires et les grandes entreprises situées dans les segments « pathologies », « groupes de populations » ou « beauté ».

Graphique 26 : Répartition des organisations du secteur par modalité et intensité des activités politiques symboliques



Source : Auteurs à l'aide du logiciel Xlstat 2020.3.1

## **6. SYNTHÈSE GÉNÉRALE : L'INFLUENCE COMME CHAMP INSTITUTIONNEL**

Tout au long de ce travail, nous avons essayé d'identifier et de décrire les activités politiques, les acteurs et les espaces sociaux que l'industrie des compléments alimentaires mobilise pour défendre ses intérêts. Cette conclusion vise à résumer succinctement les principaux résultats obtenus tout en esquissant quelques réflexions plus générales concernant le travail politique des acteurs économiques et les recherches dans ce domaine.

Premièrement, le marché des compléments alimentaires est essentiellement composé de petites entreprises, avec une certaine homogénéité en termes de positionnement de marché. La plupart des entreprises des différents métiers proposent des produits et des services similaires. Les différences relatives aux positionnements de marché se concentrent presque exclusivement dans le segment des fabricants de produits finis. Ces différences sont liées à la taille de l'entreprise. En d'autres termes, les stratégies de différenciation commerciale correspondent aux capacités financières des entreprises.

Les plus grandes entreprises sont situées dans le segment des compléments alimentaires orientés vers la prévention et l'accompagnement de certaines pathologies. Les entreprises moyennes et intermédiaires sont généralement situées dans le secteur des compléments alimentaires destinés à des fins cosmétiques ou à des groupes de population spécifiques. Ces entreprises, minoritaires au sein de la filière, sont souvent de grandes entreprises pharmaceutiques ou de l'agro-alimentaire qui utilisent leur « pedigree » pour offrir une gamme de compléments alimentaires, ce qui tend vers la médicalisation du secteur. Les petites entreprises n'ont pas de spécialisation ou lorsqu'elles en ont une, c'est dans un ingrédient local ou dans le domaine des produits biologiques et respectueux de la nature.

Les activités cognitives mises en œuvre par les acteurs de la filière se concentrent sur la production et la diffusion de connaissances sur trois sujets principaux : les effets positifs des compléments alimentaires sur la santé, la malnutrition dans certains groupes de la population et les problèmes budgétaires des systèmes de santé. Les activités de représentation d'intérêts visent à sensibiliser des professionnels de santé et des décideurs publics aux trois thématiques susmentionnées. Les entreprises du secteur créent également des alliances avec les acteurs territoriaux, en finançant des activités mises en œuvre par ces derniers. Enfin, les acteurs de la filière sont impliqués dans des programmes d'action dans des domaines liés à la malnutrition, à la santé et au self-care, ainsi qu'à la promotion de produits et de modes de vie « durables ». Enfin, les entreprises, dans leur volonté de se donner une image d'entreprises socialement vertueuses, s'associent à des organisations philanthropiques. Ce sont des organisations qui travaillent essentiellement dans les domaines de la pauvreté et de l'exclusion, tant en France qu'à l'étranger.

Ces trois types d'activités politiques sont mises en œuvre par des organisations différentes. En d'autres termes, il y a un certain niveau de spécialisation selon les organisations (cf. Graphique 27). Certaines organisations sont particulièrement investies dans les activités cognitives, en bleu sur le graphique 27 ; d'autres sont spécialisées dans les activités symboliques, en jaune sur le graphique 27 ; et un grand nombre d'organisations agissent finalement dans le domaine de la représentation d'intérêts, en noir dans le graphique 27. Dans le premier groupe Nutricia est de loin l'organisation la plus active. Synadiet est également extrêmement actif dans les activités de représentation d'intérêts. Léa Nature est aussi un acteur très important dans ce type d'activités. Les activités symboliques sont moins dominées par un seul acteur. Plusieurs acteurs sont très actifs, notamment Triballat, la Fondation Air liquide, la Fondation Pure essentiel et la Fondation Naturex.

L'intensité et la qualité des activités politiques mises en place ne sont pas réparties de manière égale entre tous les acteurs de la filière. La plupart des entreprises ne réalisent pas les activités politiques de manière autonome mais délèguent leur action à des acteurs intermédiaires. Le graphique 28 montre bien la surconcentration d'acteurs du côté gauche de l'axe vertical - en noir et bleu dans le graphique 28. Cet espace du graphique regroupe les organisations ayant une faible activité politique – elles sont actrices d'au maximum une ou deux activités politiques. Plus précisément, la plupart des entreprises du secteur s'appuient sur Synadiet. Cette organisation représente la plupart des acteurs de la filière et peut revendiquer une forte légitimité découlant de leur représentativité. A côté de ces acteurs intermédiaires, apparaissent un petit groupe d'entreprises capables de mettre en œuvre des activités politiques de manière totalement autonome - en vert dans le graphique 28.

Cette autonomie dans la mise en œuvre des activités politiques est corrélée, dans le segment des entreprises de produits finis, avec leur poids structurel et avec leur positionnement de marché (cf. Graphique 29). Ainsi, le graphique asymétrique montre une corrélation significative entre le groupe des grandes entreprises et positionnées sur le segment de marché qui tend vers la médicalisation des compléments alimentaires – variable : cluster segmentation – 1- et de forts niveaux d'activité politique – variables : Niveau APE cognitives- Intense, Niveau APE symboliques- Moyen, Niveau APE Rep. Int.- Intense . De leur côté, les entreprises avec un plus faible poids structurel (faible chiffre d'affaires et faibles effectifs) au profil généraliste ou spécialisées dans des produits présentés comme « naturels » et « locaux » sont celles qui ont le moins d'autonomie dans leurs activités politiques (cf. Graphique 29- variable : Cluster segmentation 3). En effet, ces entreprises se situent à gauche de l'axe vertical du graphique 30. Cet espace est défini par des niveaux d'activité politique faibles sur les trois types d'activités politiques – variables : Niveau APE cognitives : Faible, Niveau APE symboliques : Faible, Niveau APE Rep. Int. : Faible. Les entreprises moyennes, en termes de poids structurel, et spécialisées dans le secteur « cosmétique et beauté » ou « groupes de population » ont tendance à se situer au centre du graphique - en noir sur le graphique 30. Ce sont des entreprises qui ont une tendance à avoir un niveau d'activité politique moyen – variables : Niveau APE : Moyen.

Ces éléments invitent à une série de réflexions de nature plus générale sur les relations entre les activités politiques des entreprises et les marchés concernés. Tout d'abord, ils confirment des résultats déjà obtenus pour le secteur agroalimentaire, à savoir une correspondance entre le poids structurel des entreprises (nombre d'employés et chiffres d'affaires) et leurs capacités politiques. Cette correspondance indique que les phénomènes de concentration économique engendrent une concentration des capacités politiques. Ce constat interroge la compatibilité entre les phénomènes de concentration économique d'une part et la représentativité politique de la diversité d'intérêts au sein d'un secteur économique d'autre part. Lorsque l'on rapproche ces résultats de ceux qui ont pu être observés à propos du secteur agroalimentaire dans son ensemble, voire plus largement encore en référence à d'autres secteurs économiques, on peut s'interroger sur les relations entre les dynamiques de concentration économique d'une part et les degrés d'autonomie des domaines scientifiques, politiques ou philanthropiques d'autre part<sup>74</sup>. Dans le cas de la filière des compléments alimentaires cette dualité entre représentativité et pouvoir industriel est structurante. En effet, le champ de l'influence de la filière est caractérisé par la légitimité du nombre porté par Synadiet et par le pouvoir d'action autonome propre aux grandes entreprises du secteur.

Nous avons également observé que les activités politiques des acteurs d'une filière ne sont pas produites au hasard mais qu'elles doivent se comprendre à partir de deux éléments. Tout d'abord, elles sont structurées par le cadre régulateur du marché où elles interviennent. Dans le cas de la filière des compléments alimentaires, les stratégies cognitives basées sur la mobilisation de la science s'avèrent primordiales. En effet, ces produits sont soumis à une régulation fortement structurée autour des évaluations scientifiques. Les activités politiques des entreprises de la filière se structurent donc en grande partie autour de questions scientifiques et autour des scientifiques eux-mêmes. Ensuite, les activités politiques observées ne sont pas homogènes : elles doivent être comprises à partir de la morphologie du marché analysé. Plus concrètement, le type d'acteurs (taille des entreprises) et leurs positionnements de marché sont un préalable pour comprendre la diversité des activités observées. En somme, régulations publiques et morphologie du marché sont des conditions d'intelligibilité des activités politiques des acteurs économiques.

Ensuite, ces activités sont mises en œuvre de manière intentionnelle par un ensemble diversifié et organisé d'acteurs, à travers la construction de « systèmes ou de réseaux construits à dessein » (Barley, 2010: 78075). De manière générale, il s'agit de « promouvoir des réseaux inter-organisationnels, de promouvoir des conceptions, des cadres ou des champs d'action appropriés, et d'enrôler des acteurs dans un projet collectif » (Bartley, 2007:

---

<sup>74</sup> Woll C. (2019). Corporate power beyond lobbying. *American affairs* vol.3/3.

<sup>75</sup> Bartley T (2007) How foundations shape social movements: the construction of organizational field and the rise of forest certification. *Social problems* 54(3): 229-255.

24976). Ces modes d'action consistent à structurer un secteur d'action publique à travers des modalités telles que la formation de nouvelles organisations, le soutien à des organisations existantes, leur mise en relation, la formation de cadres et d'agents spécialisés, la création d'espaces ou de lieux pouvant favoriser la formation d'intérêts collectifs (revues spécialisées, colloques, séminaires...). Ces constats nous invitent à aborder l'influence comme un champ institutionnel<sup>77</sup>. Cette approche permet de dépasser des analyses focalisées sur un type de pratique ou d'acteur, en restituant une vision d'ensemble de l'espace social où les activités politiques des entreprises prennent forme.

Ce prisme d'analyse invite également à aborder les stratégies de régulation de l'influence à un niveau structurel. Les conflits d'intérêts abordent la question de l'influence au niveau individuel : repérer des situations personnelles problématiques. Aborder l'influence dans sa nature structurelle impliquerait, par exemple, de rendre obligatoire et systématique la publicisation des budgets, acteurs et activités de l'ensemble d'acteurs d'une filière dédiés au travail d'influence.

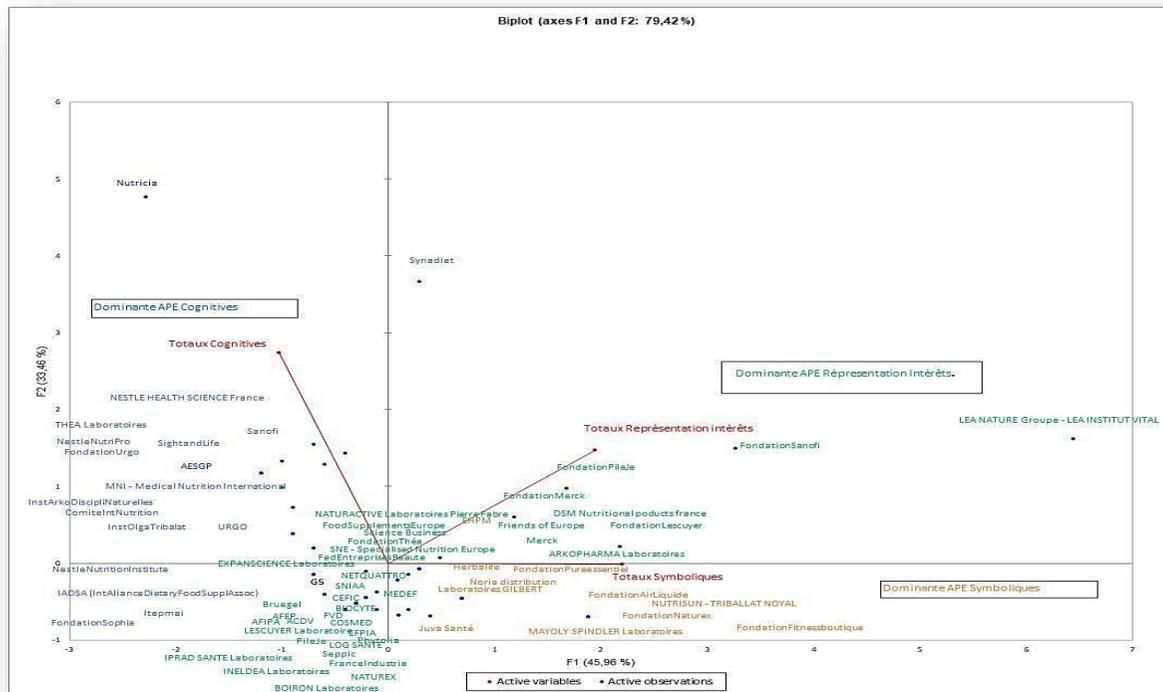
Ce travail propose une photographie des acteurs, des stratégies politiques et des lieux investis par ces acteurs pour défendre leurs intérêts. Cet instantané ne permet pas de donner à voir les dynamiques, les interactions et les leviers d'action qui permettraient de rendre compte de l'efficacité ou de l'inefficacité de ces stratégies. Un travail complémentaire mobilisant davantage des entretiens, des observations et d'autres méthodologies qualitatives permettrait d'approfondir les résultats présentés en produisant une vision des activités politiques des entreprises « en train de se faire ».

---

<sup>76</sup> Bartley T (2007) How foundations shape social movements...Op.cit.

<sup>77</sup> Barley SR (2010) Building an institutional field to corral a government: A case to set an agenda for organization studies. *Organization Studies* 31(6): 777-805.

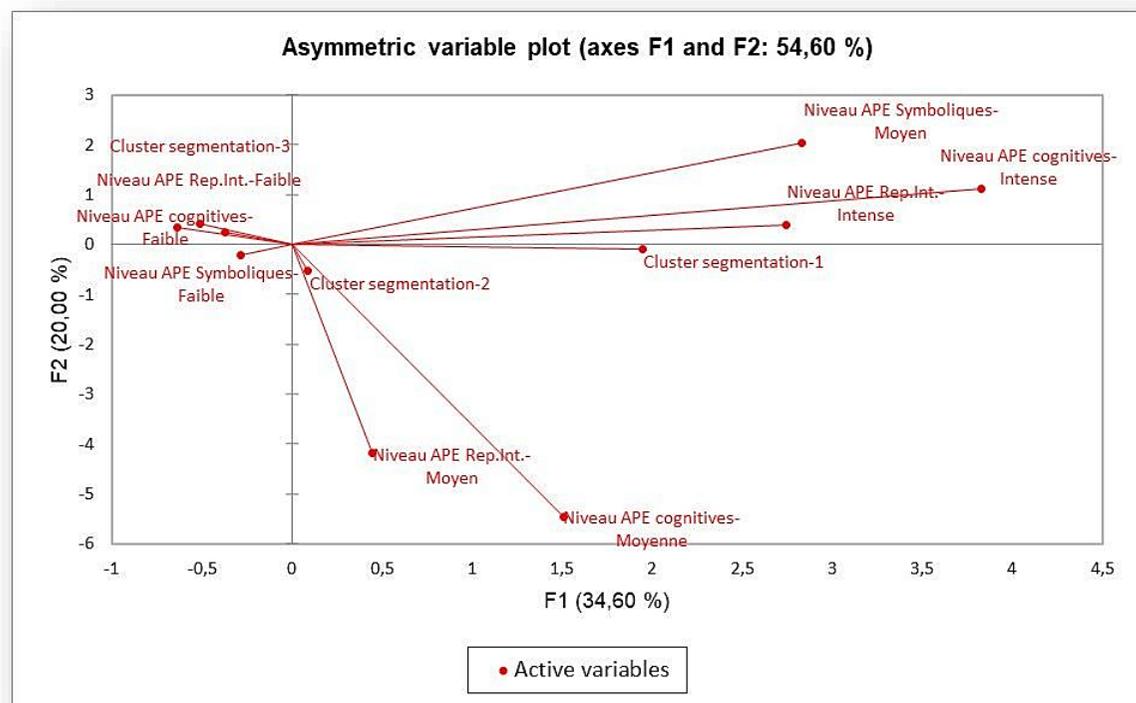
Graphique 27: Répartition organisations filière par modalité et intensité d'APE mises en œuvre



Graphique 28: Répartition organisations filière par poids structurel et intensité de leur activpolitique



Graphique 29: Graphique de corrélations entre poids structurel d'une entreprise et l'intensité des activités politiques mises en oeuvre



Graphique 30: Répartition fabricants produits finis par poids structurel et intensité de leur activité politique



## 7. TABLE DES ILLUSTRATIONS

### 7.1. Graphiques

<a href="#">Graphique 1: Répartition des entreprises du secteur par métier en 2019</a>	15
<a href="#">Graphique 2: Nombre d'entreprises de la filière des Compléments alimentaires par taille (chiffre d'affaires en millions d'euros 2019)</a>	17
<a href="#">Graphique 3: Nombre d'entreprises (en % du total du segment) par taille (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)</a>	18
<a href="#">Graphique 4 : Taille des entreprises de conseil (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)</a>	20
<a href="#">Graphique 5 : Taille des entreprises d'importation et distribution d'ingrédients (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)</a>	21
<a href="#">Graphique 6 : Taille des entreprises Fabricants d'ingrédients (chiffre d'affaires en millions d'Euros 2019)</a>	23
<a href="#">Graphique 7: Répartition des fabricants de produits finis (en % du total de fabricants produits finis) par type d'entreprise en 2019</a>	24
<a href="#">Graphique 8: Répartition par entreprise (en % du total) du chiffre d'affaires des fabricants de produits finis en 2019</a>	25
<a href="#">Graphique 9 : Nombre fabricants produits finis par type de promesse en 2019</a>	26
<a href="#">Graphique 10 : Nombre fabricants produits finis par type d'ingrédients utilisés en 2019</a>	27
<a href="#">Graphique 11 : Nombre fabricants produits finis par type de spécialisation en 2019</a>	28
<a href="#">Graphique 12 : Modalités des variables actives axes 1 et 2</a>	37
<a href="#">Graphique 13 : Observations axes 1 et 2 (couleurs par cluster d'appartenance)</a>	38
<a href="#">Graphique 14 : Nombre activités cognitives par acteur en 2019-2020</a>	58
<a href="#">Graphique 15 : Modalités activités cognitives par acteur de la filière (données 2019-2020)</a>	69
<a href="#">Graphique 16: Modalités activités cognitives par type d'organisation (Entreprise, Fondations d'entreprise et organisation patronale 2019-2020)</a>	70
<a href="#">Graphique 17: Nombre d'organisations actives dans les APE de représentation intérêts par type d'organisation (2019-2020)</a>	87
<a href="#">Graphique 18 : Types d'organisation par modalité des activités de représentation d'intérêts (2019-2020)</a>	88
<a href="#">Graphique 19: Nombre d'activités de représentation d'intérêts organisation patronale (2019-2020)</a>	90
<a href="#">Graphique 20 : Nombre d'accords signés par les différentes fondations du secteur des compléments alimentaires (2019-2020)</a>	91

<a href="#">Graphique 21 : Nombre d'accords signés par les entreprises agissant de façon autonome en matière de représentation d'intérêts (2019-2020)</a>	93
<a href="#">Graphique 22: Répartition des acteurs de la filière par modalité et intensité d'activité politique de représentation d'intérêts</a>	97
<a href="#">Graphique 23 : Accords de collaboration existants selon les thèmes d'intervention (2019-2020)</a>	105
<a href="#">Graphique 24 : Les acteurs les plus actifs dans les activités politiques symboliques (2019-2020)</a>	107
<a href="#">Graphique 25 : Total nombre de partenariats par type d'entreprise (selon leur taille)</a>	108
<a href="#">Graphique 26 : Répartition des organisations du secteur par modalité et intensité des activités politiques symboliques</a>	111
<a href="#">Graphique 27: Répartition organisations filière par modalité et intensité d'APE mises en oeuvre</a>	116
<a href="#">Graphique 28: Répartition organisations filière par poids structurel et intensité de leur activité politique</a>	116
<a href="#">Graphique 29: Graphique de corrélations entre poids structurel d'une entreprise et l'intensité des activités politiques mises en oeuvre</a>	118
<a href="#">Graphique 30: Répartition fabricants produits finis par poids structurel et intensité de leur activité politique</a>	118

## 7.2. Tableaux

<a href="#">Tableau 1: Extrait de la base de données générale</a>	8
<a href="#">Tableau 2: Activités politiques cognitives</a>	43
<a href="#">Tableau 3: Acteurs des activités cognitives</a>	57
<a href="#">Tableau 4 : Synthèse des activités politiques cognitives de la filière</a>	66
<a href="#">Tableau 5: Activités politiques de représentation d'intérêts</a>	72
<a href="#">Tableau 6: Synthèse des activités de représentation d'intérêts de la filière</a>	95
<a href="#">Tableau 7: Activités politiques symboliques</a>	98
<a href="#">Tableau 8: Synthèse des activités politiques symboliques de la filière</a>	110
<a href="#">Tableau 9: Base données utilisée pour décrire la structure marché des Compléments alimentaires</a>	124
<a href="#">Tableau 10: Contribution des modalités à la définition des deux premiers axes du graphique symétrique</a>	159
<a href="#">Tableau 11: Valeurs test des modalités de l'ACM</a>	160
<a href="#">Tableau 12: Coordonnées standard des modalités deux premiers axes du graphique symétrique</a>	161
<a href="#">Tableau 13: Acteurs des activités cognitives</a>	163
<a href="#">Tableau 14: Chercheurs et experts associés aux activités politiques cognitives</a>	197

<a href="#">Tableau 15: Cosinus carrés variables activités politiques cognitives</a>	207
<a href="#">Tableau 16: Cosinus carrés observations axes 1 et 2 activités cognitives</a>	207
<a href="#">Tableau 17: Les acteurs des activités de représentation d'intérêts</a>	209
<a href="#">Tableau 18: Cosinus carrés des variables sur les 5 premiers axes</a>	282
<a href="#">Tableau 19: Cosinus carrés observations activités politiques représentation intérêts</a>	283
<a href="#">Tableau 20: Acteurs des activités symboliques</a>	285
<a href="#">Tableau 21: Cosinus carrés des variables activités politiques symboliques</a>	304
<a href="#">Tableau 22: Cosinus carrés observations activités politiques symboliques</a>	304
<a href="#">Tableau 23: Echantillon entreprises des chapitres 2,3 et 4</a>	306
<a href="#">Tableau 24: Cosinus carrés variables toutes activités politiques ensemble des acteurs de la filière</a>	1
<a href="#">Tableau 25: Cosinus carrés observations toutes activités politiques pour l'ensemble des acteurs de la filière</a>	1
<a href="#">Tableau 26: Valeurs test variables ensemble activités politiques fabricants produits finis</a>	3
<a href="#">Tableau 27: Coordonnées standard observations activités politiques fabricants produits finis</a>	4

## 7.3. Documents

<a href="#">Document 1 : Produits par type de promesse</a>	12
<a href="#">Document 2 : Présentation de l'entreprise Dayang</a>	29
<a href="#">Document 3 : Présentation des laboratoires Dioter</a>	30
<a href="#">Document 4 : Présentation des laboratoires Effik</a>	31
<a href="#">Document 5 : Extrait de la communication des laboratoires PileJe</a>	31
<a href="#">Document 6 : Présentation de Nestlé Health Science</a>	32
<a href="#">Document 7 : Présentation d'Aruma-Celte</a>	33
<a href="#">Document 8 : Présentation du Centre de recherches phytothérapeutiques</a>	34
<a href="#">Document 9 : Partenariats avec des centres de recherche Théa Laboratoires</a>	45
<a href="#">Document 10 : Ateliers Arkopharma et Sanofi lors de JFN 2019</a>	46
<a href="#">Document 11 : Carences nutritionnelles de la femme enceinte selon PileJe</a>	48
<a href="#">Document 12 : Maladie de Crohn et dénutrition selon Nestlé Health science</a>	49
<a href="#">Document 13 : Définition de la malnutrition selon MNI</a>	50
<a href="#">Document 14 : Création d'un index sur les carences en vitamines par la fondation Sight and Life</a>	51
<a href="#">Document 15 : Le financement des systèmes publiques de santé comme problème social selon Synadiet</a>	54
<a href="#">Document 16 : Le financement des systèmes publiques de santé comme problème social selon l'IADSA</a>	55
<a href="#">Document 17 : Profil Chercheur nutrition humaine 1</a>	59
<a href="#">Document 18 : Profil chercheur nutrition humaine 2</a>	60

<a href="#">Document 19 : Profil économiste santé 1</a> .....	61
<a href="#">Document 20 : Profil économiste santé 2</a> .....	62
<a href="#">Document 21 : Comparaison des comités d'experts d'Arkopharma et d'Herbalife</a> .....	63
<a href="#">Document 22 : Proposition d'une nouvelle méthodologie pour évaluer les allégations liées produits à base de plantes</a> .....	74
<a href="#">Document 23 : Réunions du Food supplements Europe avec les autorités de la Commission européenne</a> .....	76
<a href="#">Document 24 : Réunions de Synadiet avec des décideurs français en 2019</a> .....	77
<a href="#">Document 25 : Sur la photo le député européen Pascal Arimont ( à gauche de l'image) et la directrice générale du syndicat patronal européen des entreprises du secteur des compléments alimentaires (EHPM)</a> .....	79
<a href="#">Document 26 : Visite d'un groupe de sénateurs français à une exploitation de plantes médicinales</a> .....	80
<a href="#">Document 27 : Festival écran vert</a> .....	81
<a href="#">Document 28 : Exemple de programme action financé par DSM dans le domaine de la malnutrition</a> .....	82
<a href="#">Document 29: Exemple de programme d'action de la fondation Urgo au bénéfice des malades atteints d'Epidermolyse bulleuse</a> .....	83
<a href="#">Document 30 : Exemple de programme d'action dans le domaine de la santé des femmes financé par Lescuyer</a> .....	84
<a href="#">Document 31 : Exemples de projets d'action financés par les entreprises du segment naturalité, écologie et santé</a> .....	86
<a href="#">Document 32 : Association de solidarité internationale</a> .....	100
<a href="#">Document 33 : Organisation d'insertion sociale et professionnelle des personnes exclues</a>	101
<a href="#">Document 34 : Organisation dédiée à l'intégration des personnes handicapées</a> .....	102
<a href="#">Document 35 : Organisation d'accompagnement social des personnes âgées</a> .....	103
<a href="#">Document 36 : Organisation d'orientation parentale et du bien-être familial</a> .....	104

## 8. ANNEXES

### 8.1. Annexe Chapitre 2

Tableau 9: Base données utilisée pour décrire la structure du marché des Compléments alimentaires

Nom	Métier	SegmentMarché	Ingrédients	Specificités	CA en millions euros	CA millions euros rangs type entreprise	Salariés rangs
1001pharmacies	Parapharmacies en ligne	Distributeur ligne	RAS	Aucune	30	11-50	11-50
ABSOLUVE GETAL SAS	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	0,5	0-2	0-10
ACM Laboratoire	Fabrication produits	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Organe Pathologie	12	11-50	11-50

dermatologique	finis/Vente en ligne			(yeux, peau, thyroïde, stress etc)			
ACTIDIET	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux/Vitamines	Spécialisation Culturelles (végan/Cacsher etc)	0,9	0-2	0-10
ADP	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	5,8	2-10	11-50
Alban Muller Int	Fabricant ingrédients/matières premières	Bienêtre/Beauté	Plantes	Aucune	18	11-50	11-50
ALGOSOURCE	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienêtre/Beauté	Plantes	Nature/Bio	0,3	0-2	0-10
ARKOPHARMA Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé	Plantes	Aucune	165	50-1500	251-1000

AROMA CELTE - BREZH ALGAE & PLANT	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Plantes	Plantes Exotiques/ Rares	0,8	0-2	0-10
BAILLEUL Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	25	11-50	11-50
Bezarre Natural	Importateurs/Distributeurs	RAS	Plantes	Aucune	1,1	0-2	0-10
BESINS INTERNATIONAL Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/ Probiotiques	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	42	11-50	51-250
BIOCODEX	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux/ Probiotiques	Aucune	237	50-1500	251-1000

BIOCYTE	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienetre/Beauté	Vitamines/Minéraux	Spécialisation Beauté	19	11-50	11-50
BIOFAR	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	4,2	2-10	0-10
BIO-RECHERCHE Laboratoire	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienetre/Beauté	Plantes/Miéraux Vitamines	Aucune	0,12	0-2	0-10
BIOSE Industrie	Fabrication produits finis	Santé	Probiotiques	Aucune	0,7	0-2	0-10
Biothalassol lab	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Algues/Minéraux	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	3,6	2-10	11-50
BOIRON Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	6	2-10	11-50

BREX COMPANY NUTRIGEE	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	1,7	0-2	0-10
CCD Laboratoire	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	26	11-50	11-50
CELL BIOTECH France	Fabrication produits finis	Santé	Probiotiques	Spécialisation Organe Pathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	0,01	0-2	0-10
Centre de Recherches Phytothérapeutiques	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bien-être/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	0,7	0-2	0-10

CLEMASCI ENCE	Conception/façon nage pour marques ext	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes	Aucune	2,1	2-10	11-50
CODIF INTERNATI ONAL	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Bienetre/Beauté	Plantes	Spécialisati onOrganeP athologie (yeux, peau, thyroïde, str ess etc)	17,5	11-50	0-10
Colorcon	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	1	0-2	0-10
COMERCIA L QUIMICA MASSO	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	114	50-1500	251-1000
Compagnie Générale de Diététique - Laboratoire YALACTA	Fabrication produits finis/Vente en lign e	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minérea ux	Aucune	1,7	0-2	0-10

CORIMA	Conseil aux fabricants	RAS	RAS	Aucune	3,1	2-10	11-50
DAYANG	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux/Vitamines	Aucune	1,6	0-2	0-10
DE BON SARL	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	2,5	2-10	11-50
DENEL-CODIFRA Laboratoire	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	4	2-10	11-50
DERMA BIO DEVELOPPEMENT	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	3,2	2-10	0-10
Dielen Lab	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux/Vitamines	Aucune	2	0-2	11-50
DIOTER Laboratoire	Fabrication produits	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Nature/Bio	0,9	0-2	0-10

	finis/Vente en ligne						
DRT - Les Dérivés Résiniques et Terpéniques	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	394	50-1500	251-1000
DSM Nutritional products France	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	154	50-1500	251-1000
Du Gomenol Laboratoire	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	3,5	2-10	0-10
EA PHARMA	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	21	11-50	51-250
EFFIK Laboratoire	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Minéraux	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	44	11-50	51-250

ELEMENTA	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	0,1	0-2	0-10
ENERGETICA NATURA	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	0,6	0-2	0-10
EURO SANTE DIFFUSION - PHYTOFRANCE	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Minéraux/Vitamines	Aucune	2,8	2-10	0-10
EUROSPECHIM SARL	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	2,2	2-10	0-10
EXPANSCIENCE Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé	Plantes	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	190	50-1500	251-1000
FENIOUX Laboratoires	Fabrication produits	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux Vitamines	Spécialisation Savoir Faire	0,8	0-2	0-10

	finis/Vente en ligne			Sciences, Qualité etc)			
Fermental	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits de ruche)	0,4	0-2	51-250
FIRMALIS	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	10,8	11-50	0-10
FITOFORM	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	3,7	2-10	11-50
FLAMANT VERT	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Plantes Exotiques/Rares	2,8	2-10	0-10
FLEURANCE NATURE	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	31	11-50	51-250

FLORALPIN A Laboratoire	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Probiotiques/Minér auxVitamines	Aucune	1,3	0-2	0-10
FLORAME	Fabrication produits finis/Venteenlign e	Bienetre/Beauté	Plantes	Spécialisati onUnIngréd ient(algues, acidaminés , produits ruche)	11	11-50	51-250
Forté Pharma	Fabrication produits finis/Venteenlign e	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minérea ux/Probiotiques	Aucune	37	11-50	11-50
GENEVRIE R Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minérea ux/Probiotiques	Aucune	84	50-1500	51-250
Green Plants Extracts	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Bienetre/Beauté	Plantes	Spécialisati onUnOrgan e	0,7	0-2	0-10

GRIMBERG Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Vitamines/Minéraux	Local/Petit/Made in France/Communauté	24	11-50	51-250
GUAYAPI	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Plantes Exotiques/Rares	1,4	0-2	0-10
HAPPY INGREDIENTS	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	0,7	0-2	11-50
HAVEA Groupe	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	180	50-1500	251-1000
Helpac	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	9	2-10	11-50

Herbalife	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Produitset Coaching	61	50-1500	>1000
HOLISTICA	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	2,2	2-10	11-50
IGEPHARMA	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	2,6	2-10	11-50
ILAPHARM Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	0,7	0-2	0-10
IMCD France SAS	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	212	50-1500	51-250
INEBIOS Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Minéraux	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	0,7	0-2	0-10

INELDEA Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	26	11-50	11-50
IPRAD SANTE Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux	Aucune	59	50-1500	0-10
JALDES Laboratoire	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	7	2-10	11-50
JAMINEX	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	1,7	0-2	0-10
JRS Rettenmaier Fr	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	44	11-50	11-50
Juva Santé	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	129	50-1500	251-1000
Kerat'Innov	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Autres (Kératine, Ferments)	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés)	6	2-10	11-50

				, produits ruche)			
LA COMPAGNIE DES SENS	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienetre/Beauté	Plantes	Nature/Bio	0,5	0-2	11-50
LA DROME PROVENCAL	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Plantes	Local/Petit/Made in France/Communauté	9,5	2-10	11-50
LA SOURCE SARL	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	6	2-10	11-50
LABCATAL Laboratoire	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Minéraux/Vitamines	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés	10	2-10	51-250

				, produits ruche)			
LABNAT	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	24,8	11-50	0-10
Laboratoire MOTIMA SAS	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux Vitamines	Spécialiste Savoir Faire (Sciences, Qualité etc)	1,8	0-2	0-10
Laboratoire TRADIPHAR	Fabrication produits finis	RAS	RAS	Aucune	5	2-10	0-10
Laboratoires GILBERT	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux	Spécialiste Savoir Faire (Sciences, Qualité etc)	180	50-1500	251-1000
Laboratoires Phode	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Spécialiste onodeurset cerveaux	14	11-50	11-50

LALLEMAN D SAS	Conception/façonage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Probiotiques	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	7	2-10	11-50
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	10	2-10	51-250
Les 3 Chênes	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	35	11-50	51-250
LES JARDINS D'HILDEGARDE	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines	Aucune	1,1	0-2	11-50
LESAFFRE INTERNATIONAL	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Autres (Kératine, Ferments)	Spécialisation Un Ingrédient (algues,	2000	>1500	>1000

				acidaminés , produits ruche)			
LESCUYER Laboratoire	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	14	11-50	11-50
LG	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Probiotiques	Nature/Bio	0,8	0-2	0-10
LIERAC Laboratoires	Fabrication produits finis	Bienêtre/Beauté	Plantes/Minéraux	Spécialisation Beauté	46	11-50	11-50
LORICA Laboratoires	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Probiotiques (digestion)	Local/Petit/ Made in France/ Communauté	0,8	0-2	0-10
LUSTREL Laboratoires	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Polen	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acidaminés	9	2-10	11-50

				, produits ruche)			
M&L Laboratoires	Fabrication produits finis	Beauté	RAS	Aucune	322	50-1500	>1000
MARDIS VITAMIN SYSTEM	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	3,8	2-10	0-10
MAYOLY SPINDLER Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	126	50-1500	51-250
MBE Sarl	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Minéraux	Aucune	0,7	0-2	0-10
Merck	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Minéraux	Spécialisation Groupe Population (Femmes, bébés etc)	143	50-1500	251-1000

MGD Nature	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Culturelles (végan/Cacsher etc)	3,3	2-10	11-50
Nat'inov	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	4	2-10	11-50
NATESIS	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Nature/Bio	0,6	0-2	0-10
Nateva	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	4,4	2-10	11-50
NAT'KAPS	Conception/façonnage pour marques ext	RAS	RAS	Aucune	1,4	0-2	0-10
NATURACTIVE Laboratoires Pierre Fabre	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Nature/Bio	22,3	11-50	11-50

NATUREX	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	121	50-1500	251-1000
NESTLE HEALTH SCIENCE France	Fabrication produits finis	Santé	Minéraux/Probiotiques	Spécialisation Organe Pathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	3000	>1500	>1000
NETLAB PHARMA	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Probiotiques/Minéraux Vitamines	Nature/Bio	0,2	0-2	11-50
NETQUATTRO	Fabrication produits finis	Sport	Vitamines/Minéraux	Spécialisation Sport	44	11-50	51-250
Newpharma	Parapharmacies en ligne	Distributeur ligne	RAS	Aucune	43	11-50	0-10
NEXIRA	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	101	50-1500	51-250

NHCO Nutrition	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Minéraux/Vitamines	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	15	11-50	11-50
NL INTERNATIONALE France	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	14	11-50	11-50
Noria distribution	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Aucune	2	0-2	11-50
NovaPHARM Laboratoires	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	3	2-10	11-50
NSH - Groupe ALTEAL	Fabrication produits finis	Bienêtre/Beauté	Plantes/Vitamines/Minéraux	Aucune	30	11-50	51-250
NURILIA	Fabrication produits	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Probiotiques	Spécialisation Savoir Faire	0,4	0-2	0-10

	finis/Vente en ligne			Sciences, Qualité etc)			
Nutergia	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	47	11-50	51-250
Nutravalia	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienêtre/Beauté	Plantes/Minéraux	Spécialisation Beauté	14,5	11-50	11-50
Nutraveris	Conseil aux fabricants	RAS	RAS	Aucune	0,9	0-2	11-50
NUTRICLE M	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	1,2	0-2	0-10
Nutrikeo	Conseil aux fabricants	RAS	RAS	Aucune	2,5	2-10	11-50
NUTRIMETI CS France	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienêtre/Beauté	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	6	2-10	11-50

NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minéreau x/Probiotiques	Aucune	254	50-1500	251-1000
Oenobiol	Fabrication produits finis	Bienetre/Beauté	Plantes/Minéreaux	Spécialisati onGroupeP opulation(F emmes, bebés etc)	53	50-1500	51-250
OMEGA PHARMA France Laboratoires	Fabrication produits finis/Venteenlign e	RAS	RAS	Aucune	159	50-1500	251-1000
OMNIPHAR M	Importateurs/Dist ributeurs	RAS	RAS	Aucune	13	11-50	11-50
Onatera	Parapharmacies enligne	Distributeurligne	RAS	Aucune	9	2-10	11-50

Orchidali	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/Communication	RAS	Aideaux études scientifiques/Aide de constitution dossiers réglementaires/Aide stratégique comm	0,2	0-2	0-10
Parashop	Parapharmacies enligne	Distributeurligne	RAS	Aucune	125	50-1500	251-1000
phamarket	Parapharmacies enligne	Distributeurligne	RAS	Aucune	10	2-10	0-10
PHARMA NATURE	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	2	0-2	11-50
PHARMANA GER GROUP	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/Communication	RAS	Aideaux études scientifiques/Aide de constitution	6	2-10	11-50

				dossiers régelement aires/Aide starétgieco mm			
PHYTOCEU TIC Laboratoire	Fabrication produits finis/Venteenlign e	Santé/Bienentre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minérau x/Probiotiques	Aucune	5	2-10	11-50
PileJe	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minérau x/Probiotiques	Aucune	96	50-1500	251-1000
Plantex	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienentre/Beauté/ Sport	Plantes	Aucune	27	11-50	11-50
PMA 28	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienentre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	6,5	2-10	11-50
POLLENER GIE	Fabrication produits	Santé/Bienentre/Beauté/ Sport	Minéraux/Vitamines	Spécialisati onUnIngréd ient(algues, acidaminés	3	2-10	11-50

	finis/Vente en ligne			, produits ruche)			
Ponroy Santé	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Spécialisation Savoir Faire (Sciences, Qualité etc)	5	2-10	11-50
PUR ALIMENT	Importateurs/Distributeurs	RAS	RAS	Nature/Bio	47	11-50	0-10
PURESSEN TIEL FRANCE	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	65	50-1500	51-250
PYC Laboratoires	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	5	2-10	51-250

RNI Conseil	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/Communication	RAS	Aide aux études scientifiques/Aide de constitution dossiers réglementaires/Aide stratégique comm	0,8	0-2	0-10
Robertet	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	RAS	Aucune	245	50-1500	251-1000
RODAEL Laboratoires pharmaceutiques	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	6,5	2-10	11-50
SALVIA NUTRITION	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Nature/Bio	0,4	0-2	0-10

Santediscou nt	Parapharmacies enligne	Distributeurligne	RAS	Aucune	15	11-50	11-50
SantéVerte	Fabrication produits finis	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minérau x		5	2-10	11-50
SENTIER NATURE SARL	Fabrication produits finis/Venteenlign e	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	Plantes/Probiotiques/Minér auxVitamines	Aucune	1,5	0-2	11-50
Seppic	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	255	50-1500	251-1000
SOLABIA	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Santé/Bienetre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	56	50-1500	51-250
SOPHIM	Fabricant ingrédients/mati ères premières	Bienetre/Beauté	Plantes	Spécialisati onUnIngréd ient(algues, acidaminés , produits ruche)	15	11-50	11-50

SOURCE CLAIRE	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Nature/Bio	4	2-10	0-10
SUPER DIET Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	14	11-50	51-250
SVM Laboratoires	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	8	2-10	11-50
SYMPHONANT	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	3,5	2-10	11-50
THALGO Cosmetic Laboratoires B.L.C.	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Bienêtre/Beauté	Plantes/Minéraux	Spécialisation Beauté	43	11-50	251-1000
THEA Laboratoires	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux	Spécialisation Organe Pathologie	284	50-1500	251-1000

				(yeux, peau, thyroïde, stress etc)			
THERA SANA	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Local/Petit/Made in France/Communauté	17	11-50	11-50
TRADING POINT	Conception/façonnage pour marques ext	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Aucune	5,5	2-10	11-50
UPSA SAS	Fabrication produits finis	Santé	Vitamines/Minéraux	Aucune	381	50-1500	>1000
URGO	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux		362	50-1500	>1000
Vallee Nature	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes	Aucune	1,5	0-2	11-50

VDMJ Conseil	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/ Communication	RAS	Aide aux études scientifiques/Aide de constitution dossiers réglementaires/Aide stratégico comm	0,1	0-2	0-10
VECTEUR SANTE	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Plantes	Aucune	3	2-10	11-50
VEMEDIA CONSUMER HEALTH	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/ Probiotiques	Aucune	35	11-50	11-50
Viata	Parapharmacies en ligne	Distributeur ligne	RAS	Aucune	5	2-10	11-50
VIDYA EUROPE SA	Fabricant ingrédients/matières premières	Santé/Bienêtre/Beauté/ Sport	RAS	Aucune	5	2-10	0-10

VIT'ALL+	Fabrication produits finis	Santé/Bienêtre/Beauté/Sport	Plantes/Vitamines/Minéraux/Probiotiques	Spécialisation Un Ingrédient (algues, acides aminés, produits ruche)	4	2-10	11-50
SANOFI	Fabrication produits finis	Santé	Plantes/Vitamines/Minéraux		34000	>1500	>1000
NUTRICIAR RESEARCH	Fabrication produits finis	Santé		Spécialisation Organe Pathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	1722	>1500	200,00
Nutrifizz	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/Communication	RAS	Aide aux études scientifiques/Aide de constitution dossiers réglementation	0,1	0-2	0-10

				aires/Aide starétgieco mm			
Legisana	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/ Commnication	RAS	Aideaux étudesscie ntifiques/Ai de constitution dossiers régelement aires/Aide starétgieco mm	0,1	0-2	0-10
Vitagenic	Conseil aux fabricants	Science/Réglementation/ Commnication	RAS	Aideaux étudesscie ntifiques/Ai de constitution dossiers régelement aires/Aide	0,1	0-2	0-10

				stratégico mm			
--	--	--	--	------------------	--	--	--

Tableau 10: Contribution des modalités à la définition des deux premiers axes du graphique symétrique

Contributions (Variables):		
	F1	F2
SegmentMarché-Bienetre/Beauté	0,155	10,443
SegmentMarché-Santé	13,506	0,427
SegmentMarché-Santé/Bienentre/Beauté/Sport	5,543	1,014
Specificités-Aucune	0,032	0,508
Specificités-Nature/Bio/Végan/Casher	5,264	2,955
Specificités-SpécialisationGroupePopulation(Femmes, bébés etc)	1,710	4,183
Specificités-SpécialisationOrganePathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	6,961	3,621
Specificités-SpécialisationUnIngrédient(algues, acides aminés, produits ruche)	1,926	0,108
CA Millions Euros rangs type entreprise-0-2	4,623	6,252
CA Millions Euros rangs type entreprise-11-50	0,254	18,863
CA Millions Euros rangs type entreprise-3-10	4,996	1,129
CA Millions Euros rangs type entreprise-51-200	6,341	4,375
CA Millions Euros rangs type entreprise->200	18,192	10,626
Salariés-0-10	4,873	7,820
Salariés-11-50	2,261	0,488
Salariés-251-1000	9,799	1,142
Salariés-51-250	0,244	15,768
Salariés->1000	13,320	10,279

Tableau 11: Valeurs test des modalités de l'ACM

Test values (Variables):		
	F1	F2
SegmentMarché-Bienetre/Beauté	-0,639	-4,652
SegmentMarché-Santé	6,606	1,041
SegmentMarché-Santé/Bienetre/Beauté/Sport	-5,638	2,138
Specificités-Aucune	0,413	-1,459
Specificités-Nature/Bio/Végan/Casher	-3,726	2,474
Specificités-SpécialisationGroupePopulation(Femmes, bébés etc)	2,065	-2,863
Specificités-SpécialisationOrganePathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	4,236	2,708
Specificités-SpécialisationUnIngrédient(algues, acides aminés, produits ruche)	-2,280	-0,479
CA Millions Euros rangs type entreprise-0-2	-3,865	3,984
CA Millions Euros rangs type entreprise-11-50	0,876	-6,689
CA Millions Euros rangs type entreprise-3-10	-4,017	1,693
CA Millions Euros rangs type entreprise-51-200	4,089	-3,011
CA Millions Euros rangs type entreprise->200	6,772	4,588
Salariés-0-10	-4,025	4,520
Salariés-11-50	-2,892	-1,191
Salariés-251-1000	5,054	-1,529
Salariés-51-250	0,817	-5,817
Salariés->1000	5,732	4,464
<i>Values displayed in bold are significant at the level alpha=0,05</i>		

Tableau 12: Coordonnées standard des modalités sur les deux premiers axes du graphique symétrique

Standard coordinates (Variables):		
	F1	F2
SegmentMarché-Bienetre/Beauté	-0,226	-1,856
SegmentMarché-Santé	1,382	0,246
SegmentMarché-Santé/Bienentre/Beauté/Sport	-0,610	0,261
Specificités-Aucune	0,048	-0,189
Specificités-Nature/Bio/Végan/Casher	-1,318	0,988
Specificités-SpécialisationGroupePopulation(Femmes, bébés etc)	0,983	-1,538
Specificités-SpécialisationOrganePathologie (yeux, peau, thyroïde, stress etc)	1,660	1,197
Specificités-SpécialisationUnIngrédient(algues, acides aminés, produits ruche)	-0,738	-0,175
CA Millions Euros rangs type entreprise-0-2	-0,809	0,940
CA Millions Euros rangs type entreprise-11-50	0,209	-1,802
CA Millions Euros rangs type entreprise-3-10	-0,841	0,400
CA Millions Euros rangs type entreprise-51-200	1,447	-1,202
CA Millions Euros rangs type entreprise->200	3,001	2,293
Salariés-0-10	-0,802	1,016
Salariés-11-50	-0,492	-0,228
Salariés-251-1000	1,878	-0,641

Salariés-51-250	0,254	-2,040
Salariés->1000	2,965	2,605

## 8.2. Annexe Chapitre 3

Tableau 13: Acteurs des activités cognitives

Source	Cluster segmentation	Segment secteur	Capacités	Salariés	Type acteur source	Acteur associé	Type acteur associé	Type APE	Relation entre les deux acteurs	Participe à...
ComiteIntNutrition	np	Fabrication produits finis	np	np	Thinktank	Chercheur/PrixNobel	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

ComiteIntNutrition	np	Fabrication produits finis	np	np	Thinktank	Chercheur/UCLA	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
ComiteIntNutrition	np	Fabrication produits finis	np	np	Thinktank	Chercheur/UniBeijing	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
ComiteIntNutrition	np	Fabrication produits finis	np	np	Thinktank	Chercheur/AssocEuropenn eObesité	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
FondationSophia	np	Fabrication	np	np	FondationEntreprise	RevueSoinsPreuves	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances

		produits finis								CA/Plantes/homeopathie et santé
FondationThéa	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	InstitutChibret	Thinktank	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/SocFrMedVasculaire	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/CNAM	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/HopGP	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies

FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/SocFrPlaiesCicatrisations	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/ParisTech	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/HopitalLaboroisiere	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
FondationUrgo	np	Fabrication produits finis	np	np	FondationEntreprise	Chercheur/HopDelafontaine	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
InstOlgaTribalatt	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur/InstPasteur	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plante

										s/homeop athie et santé
InstOlgaTribala t	np	Fabricati on produits finis	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/INRA	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé
InstOlgaTribala t	np	Fabricati on produits finis	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/APHP	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé
Itepmi	np	Think Tank	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/GTPlantesAnses	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé

NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabricati on produits finis	51 à 20 0	25 1 à 10 00	Fabricati on produits finis	JourneesNutritionClinique	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Financement/Par tenariat/Collabor ation	Production connaiss ances dénutrition et malnutritio n personnes vulnérable s
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabricati on produits finis	51 à 20 0	25 1 à 10 00	Fabricati on produits finis	GroupeFrancophoneHepato logieGastroNutritionPediatri ques	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Financement/Par tenariat/Collabor ation	Production connaiss ances dénutrition et malnutritio n personnes vulnérable s
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabricati on produits finis	51 à 20 0	25 1 à 10 00	Fabricati on produits finis	JourneesFrancophonesNutr ition	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Financement/Par tenariat/Collabor ation	Production connaiss ances dénutrition

										et malnutrition personnes vulnérables
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	25 à 100	Fabrication produits finis	NestleNutritionInstitute	Thinktank	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	25 à 100	Fabrication produits finis	NestleNutriPro	Thinktank	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	520	252 à 1000	Fabrication produits finis	MNI - Medical Nutrition International	Thinktank	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	530	253 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	Cognitives/Reprint	Membre	Production connaissances CA et économies
Nestle Nutrition Institute	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Annales Nutrition et métabolisme	Chercheurs/Universités/Sociétés Savantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
Nestlé Nutrition Institute	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Nestlé Nutrition Workshop	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	Chercheur/UVSQ	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

Sanofi	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	JFN	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	AESGP	Représentant	Cognitives/Reprint	Membre	Production connaissances CA et économies
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	Chercheur	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances pathologies
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	ParisSaclay	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances pathologies
Sanofi	1	Fabrication	>2000	>1000	Fabrication	LyonBiopole	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances

		produits finis			produits finis					pathologies
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>2000	>1000	Fabrication produits finis	Eurobiomed	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances pathologies
Synadiet	np	Représentantint	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/Inserm	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	Représentantint	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/UnivParisEst	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	Représentantint	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/UnivLiege	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances

										CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/Inserm	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/Escp	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA et économies
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/UnivBordeaux	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/InstPasteur	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/UnivGrenoble	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/UnivParisDescartes	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	ReprésentantInt	np	np	ReprésentantInt	Chercheur/AcadémiePharmacie	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Intervenant	Production connaissances

										CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	np	Représentantint	np	np	ReprésentantInt	GTProjetScientifique	Représentantint	Cognitives	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	InstitutDeLaVision	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	InsermBordeaux	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeop

										athie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	OphtaBiotech	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Young Ophthalmologists	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Association Européenne pour la Recherche sur l'Œil et la Vision	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>2 00	25 1 à 10 00	Fabrication produits finis	UnivAuvergne	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Financement/Par tenariat/Collabor ation	Production connaiss ances CA/Plante s/homeop athie et santé
THEA Laboratoires	1	Fabrication produits finis	>2 01	25 2 à 10 00	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	Cogniti ves/Re plnt	Membre	Production connaiss ances CA et économies
URGO	np	Fabrication produits finis	>2 00	25 1 à 10 00	Fabrication produits finis	Fondation Urgo	FondationsEntre prise	Cogniti ves	Directeur/Propiét aire/Fondateur	Production connaiss ances pathologie s
URGO	np	Fabrication produits finis	>2 01	25 2 à 10 00	Fabrication produits finis	AESGP	Représentantint	Cogniti ves	Membre	Production connaiss ances CA et économies
URGO	np	Fabrication produits finis	>2 02	25 3 à 10 00	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	Cogniti ves/Re plnt	Membre	Production connaiss ances CA et économies

InstArkoDiscipli Naturelles	np	Fabricati on produits finis	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/Médecin	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé
InstArkoDiscipli Naturelles	np	Fabricati on produits finis	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/Médecin	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé
InstArkoDiscipli Naturelles	np	Fabricati on produits finis	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/Pharmacien	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA/Plante s/homeop athie et santé
InstArkoDiscipli Naturelles	np	Fabricati on	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/Médecin	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces

		produits finis								CA/Plantes/homeopathie et santé
SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières premières	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivTufts	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières premières	np	np	ThinkTank	UnivJohnHopkins	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières premières	np	np	ThinkTank	UnivDavis	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières premières	np	np	ThinkTank	NewCastleUniv	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières	np	np	ThinkTank	UnivNorthWest	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition

		ères premières								et malnutrition personnes vulnérables
SightandLife	np	Fabricant ingrédients/matières premières	np	np	ThinkTank	TheUnivOfBritishColumbia	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	FondationRechercheMedicale	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	INRA	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	ChaireAnca/AgroParisTech	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	UtrechtUniversity	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	WageningenUniversity	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	UniversityAmsterdam	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition

										et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	GroningenUniversity	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	TopInstituteFoodNutrition	Thinktank	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	LipiDiDietProject	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	JourneesNutritionClinique	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	GlobalCoalitionAging	Thinktank	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	FoodAllergyandAnaphylaxis Meeting	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	European Society of Medical Oncology	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition

										et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	European Geriatric Medicine Society	Chercheurs/Universités/Sociétés Savantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	European Conference on Sensory and Consumer Research	Chercheurs/Universités/Sociétés Savantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	Congress on clinical nutrition and metabolism	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	European Academy of Allergy and Clinical Immunology	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	AnnualCongressofESPGHAN	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	1	Fabrication produits finis	np	np	Fabrication produits finis	PrebioticsandProbioticsinPediatricconference	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur/Nutritionniste	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition

										et malnutrition personnes vulnérables
NestléNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivToulouse	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestléNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Expert/Nutritionniste	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes

										vulnérables
NestleNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur/InstPasteur	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

NestleNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivGrenoble	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	np	Fabrication produits finis	np	np	ThinkTank	Expert/Medecinnutri	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
AESGP	np	Représentant	np	np	Représentant	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	Cognitives/Replnt	Intervenant	Production connaissances CA et économies

AESGP	np	Représentant	np	np	Représentant	CongressOfEuropeanPharmaceuticalStudentsAssoc	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA et économies
AESGP	np	Représentant	np	np	Représentant	EuropeanPharmacistsAssoc Congress	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA et économies
AESGP	np	Représentant	np	np	Représentant	InternationalFedPharmacistsWorldCongress	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA et économies
AESGP	np	Représentant	np	np	Représentant	InternationalPharmaceutical Conference	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances CA et économies
AESGP	np	Représentant	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivEastAnglia	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA et économies
IADSA (IntAllianceDietaryFoodSupplAssoc)	np	ThinkTank	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivCalifornia	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Cognitives	Expert	Production connaissances CA et économies

IADSA (IntAlianceDiet aryFoodSupplA ssoc)	np	Think Tank	np	np	ThinkTa nk	Chercheur/UnivTufts	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Expert	Production connaissa nces CA et économies
MNI - Medical Nutrition International	np	Représé nantint	np	np	Représé nantint	EuropeanSocietyforClinical NutritionandMetabolism	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Intervenant	Production connaissa nces dénutrition et malnutritio n personnes vulnérable s
MNI - Medical Nutrition International	np	Représé nantint	np	np	Représé nantint	European OncologyNursingSociety	Chercheurs/Uni versités/SocSav antes	Cogniti ves	Financement/Par tenariat/Collabor ation	Production connaissa nces dénutrition et malnutritio n personnes vulnérable s

MNI - Medical Nutrition International	np	Représentant	np	np	Représentant	European Geriatric Medicine Society	Chercheurs/Universités/Sociétés Savantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
MNI - Medical Nutrition International	np	Représentant	np	np	Représentant	European Society Paediatric Gastroenterology Hepatology Nutrition	Chercheurs/Universités/Sociétés Savantes	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
MNI - Medical Nutrition International	np	Représentant	np	np	Représentant	The European Nutrition for Health Alliance	Groupe Ecran	Cognitives	Membre	Production connaissances dénutrition



						CA/Plantes/homeopathie et santé
InstArkoDiscipliNaturelles	Médecin	Plantes et effets santé	Pont Labbé	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstArkoDiscipliNaturelles	Médecin	Nutrition clinique/pathologies	Toulouse	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstArkoDiscipliNaturelles	Pharmacien	Plantes et effets santé	Draguignan	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstArkoDiscipliNaturelles	Médecin	Plantes et effets santé	Maisons Alfort	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

IADSA	Professeur	Economie systèmes de santé	Boconi	Cognitives	Membre	Production connaissances CA et économies
IADSA	Professeur	Economie systèmes de santé	New york	Cognitives	Membre	Production connaissances CA et économies
DSM	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Tufts	Cognitives	Financement/Partenariat/Collaboration	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
EHPM	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Peruggia	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
IADSA	Professeur	Economie systèmes de santé	London	Cognitives	Bureau/CA	Production connaissances CA et économies

ComitéIntNutrition	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	New york	Cognitiv es	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopa thie et santé
ComitéIntNutrition	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Los Angeles	Cognitiv es	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopa thie et santé
ComitéIntNutrition	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Pekin	Cognitiv es	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopa thie et santé
ComitéIntNutrition	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Utrecht	Cognitiv es	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopa thie et santé
IADSA	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Norvich	Cognitiv es	Expert	Production connaissances CA et économies

IADSA	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Washington	Cognitives	Expert	Production connaissances CA et économies
Itepmi	Professeur	Plantes et effets santé	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
NestleNutriPro	nutritioniste	Nutrition clinique/pathologies	np	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Toulouse	Cognitives	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables

NestleNutriPro	nutritionist e	Nutrition clinique/patholog ies	Paris	Cognitiv es	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Grenoble	Cognitiv es	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
NestleNutriPro	Médecin	Nutrition clinique/patholog ies	Paris	Cognitiv es	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables
Nutricia	Professeu r	Nutrition clinique/patholog ies	Hopital Ambroise Paré	Cognitiv es	Expert	Production connaissances dénutrition et malnutrition

						personnes vulnérables
Synadiet	CR	Economie systèmes de santé	Bordeaux	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Créteil	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Liège	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	CR	Nutrition clinique/pathologies	Bordeaux	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

Synadiet	Professeur	Economie systèmes de santé	Sciences Po Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances CA et économies
Synadiet	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Bordeaux	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	Médecin	Nutrition clinique/pathologies	Lille	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Grenoble	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Synadiet	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé

Synadiet	Professeur	Plantes et effets santé	Strasbourg	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstOlgaTribalat	Médecin	Nutrition clinique/pathologies	Lille	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstOlgaTribalat	Chercheur	Nutrition clinique/pathologies	Clermont Ferrand	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
InstOlgaTribalat	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé
Fondation Urgo	Médecin	Nutrition clinique/pathologies	Lyon	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies

Fondation Uργο	Professeur	Economie systèmes de santé	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
Fondation Uργο	Médecin	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
Fondation Uργο	Chercheur	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
Fondation Uργο	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies
Fondation Uργο	Professeur	Nutrition clinique/pathologies	Paris	Cognitives	Expert	Production connaissances pathologies

Tableau 15: Cosinus carrés variables activités politiques cognitives

**Squared cosines of the variables:**

	F1	F2	F3
Production connaissances CA et économies	0,062	<b>0,850</b>	0,089
Production connaissances CA/Plantes/homeopathie et santé	<b>0,592</b>	0,220	0,188
Production connaissances dénutrition et malnutrition personnes vulnérables	<b>0,758</b>	0,023	0,219

*The results corresponding to the supplementary variables are displayed in the second part of the table*

*Values in bold correspond for each variable to the factor for which the squared cosine is the largest*

Tableau 16: Cosinus carrés observations axes 1 et 2 activités cogi

**Squared cosines of the observations:**

	F1	F2	F3
AESGP	0,028	<b>0,933</b>	0,039
ComiteIntNutrition	0,474	<b>0,487</b>	0,038
FondationSophia	0,001	0,051	<b>0,948</b>
FondationThéa	0,001	0,051	<b>0,948</b>
FondationUrgo	<b>0,543</b>	0,393	0,064
IADSA (IntAlianceDietaryFoodSupplAssoc)	0,001	<b>0,884</b>	0,115
InstArkoDiscipliNaturelles	0,474	<b>0,487</b>	0,038
InstOlgaTribalat	0,305	<b>0,426</b>	0,268
Itepmi	0,001	0,051	<b>0,948</b>
MNI - Medical Nutrition International	<b>0,868</b>	0,029	0,103
NESTLE HEALTH SCIENCE France	<b>0,854</b>	0,139	0,007
NestleNutriPro	<b>0,963</b>	0,034	0,003
NestleNutritionInstitute	0,341	0,010	<b>0,648</b>
Nutricia	<b>0,762</b>	0,029	0,209
Sanofi	<b>0,879</b>	0,030	0,091
SightandLife	<b>0,937</b>	0,032	0,030
Synadiet	<b>0,615</b>	0,125	0,260

THEA Laboratoires	<b>0,790</b>	0,060	0,149
URGO	0,060	<b>0,900</b>	0,041
Type organisation-Syndicat patronal	0,171	<b>0,733</b>	0,097
Type organisation-Fondations entreprise/Think tank	0,052	<b>0,482</b>	0,465
Type organisation-Entreprise	<b>0,625</b>	0,000	0,375

*The results corresponding to the centroids of the categories are displayed at the bottom of the table*

*Values in bold correspond for each observation to the factor for which the squared cosine is the largest*

### 8.3. Annexe Chapitre 4

Tableau 17: Les acteurs des activités de représentation d'intérêts

Source	Cluster segmentation	Segment secteur	CA par rangs	Salariés	Type acteur source	Acteur associé	Type acteur associé	Type APE	Relation entre les deux acteurs	Participe à...
ACM Laboratoire dermatologique	3	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
ACTIDIET	np	Conception/façonnage pour marques ext	0 à 2	0 à 10	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Alliance Consulting	np	Conseil aux fabricants	nr	nr	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation

ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	MairieCarros	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FestivaldesJardin s	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	nr
ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedEntreprisesBe aute	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
ARKOPHA RMA Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EntreprisesMedic ament	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation

ARKOPHARMA Laboratoires	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	SyndiNatProduits NaturelCultureBio	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
AROMA CELTE - BREZH ALGAE & PLANT	3	Fabrication produits finis/Vente en ligne	0 à 2	nr	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Bezarre Natural	np	Importateurs/Distributeurs	0 à 2	0 à 10	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
BESINS INTERNATIONAL Laboratoires	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
BESINS INTERNATIONAL Laboratoires	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	EntreprisesMedicament	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
BIOCODEX	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

BIOCODEX	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EntreprisesMedicament	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
BIOCYTE	2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenligne	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
BIOCYTE	2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenligne	COSMED	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
BIOCYTE	2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenligne	MissTattoo	Professions	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
BIOFAR	3	Fabrication produits finis	3 à 10	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	Repint	Membre	Délégation
BIOSE Industrie	1	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
Biothalasso Ilab	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation

BOIRON Laboratoire s	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
BOIRON Laboratoire s	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	AFIPA	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
BREX COMPANY NUTRIGEE	np	Importateurs/ Distributeurs	0 à 2	0 à 10	Importateurs /Distributeur s	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
BOIRON Laboratoire s	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
CCD Laboratoire	2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
CEFIC	np	np	np	np	Représentan tInt	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
CELL BIOTECH France	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
Centre de Recherches	3	Fabrication produits	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	np

Phytothérapiques		finis/Vente en ligne			finis/Vente en ligne					
CLEMASCIENCE	np	Conception/façonnage pour marques ext	0 à 2	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
CODIF INTERNATIONAL	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	0 à 10	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
CORIMA	np	Conseil aux fabricants	3 à 10	11 à 50	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
CORIMA	np	Conseil aux fabricants	3 à 10	11 à 50	Conseil aux fabricants	Cosmed	Représentant	Repint	Membre	Délégation
COSMED	np	np	np	np	Représentant	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
COSMED	np	np	np	np	Représentant	AN	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
DAYANG	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation

DENSMOR E	np	Fabrication produits finis	nr	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
DIOTER Laboratoire	3	Fabrication produits finis/Vente en ligne	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
DRT - Les Dérivés Résiniques et Terpéniques	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	UNFoodProgram	Etat/Gouvernement/Senat/AN	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	WorldBusinessCouncil Sustainable Development	Groupe Ecran	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	PartnersFoodSolutions	GroupeEcra n	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	SunBusinessNetwork	GroupeEcra n	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	UNICEF	Associations/ONG/ClubsSport	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	WorldVision	Thinktank	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	VitaminAngels	Associations/ONG/ClubsSport	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
DSM Nutritional products france	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	FoodSupplements Europe	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation

Du Gomenol Laboratoire	np	Importateurs/Distributeurs	3 à 10	0 à 10	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
EFFIK Laboratoire	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
EFPIA	np	np	np	np	Représentant	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Eurodéputé/Italie	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Euroedéputé/Belgique	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Expert/EFSA	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
EHPM	np	np	np	np	Représentant	FC/SafeFoodAdvocacyEurope	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

									Collaboration	
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Fonctionnaire/DG SantéEU	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Eurodéputé/Italie	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Eurodéputé/France	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
EHPM	np	np	np	np	Représentant	Chercheur/UniverP erugia	Chercheurs /Universités /SocSavantes	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
EURO SANTE DIFFUSION - PHYTOFRANCE	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

EUROSPE CHIM SARL	np	Importateurs/ Distributeurs	0 à 2	0 à 10	Importateurs /Distributeur s	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
EXPANSCI ENCE Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
EXPANSCI ENCE Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FondationMustela	Fondations Entreprise	Cognit ives/R epint	Directeur/Pr opriétaire/Fo ndateur	Production connaissances pathologies
EXPANSCI ENCE Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AFIPA	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
EXPANSCI ENCE Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EntreprisesMedic ament	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
EXPANSCI ENCE Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AssocProSagesF emmes	Chercheurs /Universités /SocSavant es	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FIRMALIS	np	Importateurs/ Distributeurs	3 à 10	0 à 10	Importateurs /Distributeur s	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
FLEURAN CE NATURE	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
FLORAME	np	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis/Venteen ligne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	HoméopathieSan sFrontieres	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	CentreRessource s	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	AssocAusSeindes Femmes	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	NaturopathesSan sFrontieres	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	AssiMedicaleToit DuMonde	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	AssocPromotionM edecineHomeopat hique	Thinktank	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	HopNecker	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	IntHomeoPathieF R	Thinktank	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	AssocKousmine	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	GynécologuesSan sFrontieres	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	MecenasChirurgie Cardique	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationL escuyer	np	np	np	np	FondationEn treprise	Gangliogliome737	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationPi leJe	np	np	np	np	FondationEn treprise	APHP	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationPi leJe	np	np	np	np	FondationEn treprise	LesMédecinsdeC hinguetti-Pakbeng	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationPi leJe	np	np	np	np	FondationEn treprise	CentreRessource	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	AFA Crohn	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	France Insomnie	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Institut Européen de Diététique et de Micronutrition	Chercheurs/Universités/SocSavantes	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Collège médical pour l'alimentation et la nutrition comportementale	Chercheurs/Universités/SocSavantes	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Blanc Bleu Coeur	Thinktank	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Coop Santé	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	AgencePresseDestinationSanté	Médias	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	EcoleFerrandi	Professions	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	JourneesNationalesSommeil	Chercheurs/Universités/SocSavantes	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	IRCEM	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Okapi	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	SielBleu	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	ClubdefootballESTACdeTroyes	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	StadedeReims	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	ClubPA/VBVolley	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Championnatataion1	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Championski1	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
FondationPileJe	np	np	np	np	FondationEntreprise	Championtrail1	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances

FondationP leJe	np	np	np	np	FondationEn treprise	Championnat 2	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvi locale/Allian ces
FondationP ureessentie l	np	np	np	np	FondationEn treprise	MercyShipsBelgiu m	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationP ureessentie l	np	np	np	np	FondationEn treprise	LaFroggiesFamily	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationP ureessentie l	np	np	np	np	FondationEn treprise	Aromathérapie san sFrontières	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	SportDansLaVille	Association s/ONG/Club sSport	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	CroixRouge	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	GroupeOncologie Pédiatrique	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	MurdochChildrens ReserachInst	Chercheurs /Universités /SocSavant es	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	KenyaChildhoodC ancer	Chercheurs /Universités /SocSavant es	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	Facultymedecine UnivPadjadaran	Chercheurs /Universités /SocSavant es	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	NatCouncilMongol ia	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	FundNataliDafne	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	TheIndusHospital	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	AgaKhanUnivHos	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	Citycancerchallen ge	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	RéseauOsmose	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	FedActeursSolida rite	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	Premiereurgeceln t	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	EmmauDefi	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	FondationApprenti Auteuil	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	ADSF	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	FondMilenia	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	IDSanté	Thinktank	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	MaisonFemmesS aintDenis	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	CASP	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	ARCAT	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	GHU	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	Ikambéré	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	GroupeHospDioc ese	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	Comede	Représenta ntint	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	InterMed	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	RSP	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationS anofi	np	np	np	np	FondationEn treprise	SamuSocial	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationT héa	np	np	np	np	FondationEn treprise	OphtalmosSansF Rontieres	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationT héa	np	np	np	np	FondationEn treprise	IntCouncilOfOpht almology	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationT héa	np	np	np	np	FondationEn treprise	OjosDelMundo	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

Fondation Théa	np	np	np	np	Fondation Entreprise	OMS	Associations/ONG/Clubs Sport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
Food Supplements Europe	np	np	np	np	Représentant	IntAliance Dietary Food Suppl Assoc	Thinktank	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Food Supplements Europe	np	np	np	np	Représentant	EU	Etat/Gouvernement/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Forté Pharma	np	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Bureau/CA	Délégation
GENEVRIER Laboratoires	2	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
GENEVRIER Laboratoires	2	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
GRIMBERG	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

Laboratoires										
GUAYAPI	3	Fabrication produits finis/Vente en ligne	0 à 20	0 à 100	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Helpac	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Helpac	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	LaGalaxy	Associations/ONG/Clubs Sport	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Equipe France Volley	Associations/ONG/Clubs Sport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur local/Alliances
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	FC Barcelone	Associations/ONG/Clubs Sport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur local/Alliances
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	FVD	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Specialized Nutri Europe	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Alliance 7	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Food Supplements Europe	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Seldia(euroeapndirectsellingassoc)	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Herbalife	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	WFDSA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
HOLISTICA	3	Fabrication produits finis	0 à 2	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
IMCD France SAS	np	Importateurs/Distributeurs	>200	51 à 250	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
INEBIOS Laboratoires	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
INELDEA Laboratoires	3	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Bureau/CA	Délégation
INELDEA Laboratoires	3	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	AzurRunningTour	Associations/ONG/Clubs Sport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances

INELDEA Laboratoires	3	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	ReebokSpartanR ace	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
InstOlgaTri balat	np	np	np	np	ThinkTank	InstitutGout	Thinktank	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
IPRAD SANTE Laboratoire s	3	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
IPRAD SANTE Laboratoire s	3	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	ADSF	Association s/ONG/Club sSport	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
JALDES Laboratoire	1	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
Juva Santé	np	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
LA DROME PROVENC ALE	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation

LA SOURCE SARL	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
LABCATAL Laboratoire	3	Fabrication produits finis	3 à 10	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
LABNAT	np	Importateurs/Distributeurs	11 à 50	0 à 10	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Laboratoire M2C2 Biotechnologie Végétale	np	Fabrication produits finis/Vente en ligne	nr	nr	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Laboratoire MOTIMA SAS	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Laboratoire TRADIPHAR	3	Fabrication produits finis	3 à 10	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Laboratoires GILBERT	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Laboratoires GILBERT	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Région Normandie	Etat/Gouvernement/Senat/AN	RepInt	Financement/Partenariat/	Acteur local/Alliances

									Collaboration	
Laboratoires GILBERT	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Laboratoires Phode	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
LALLEMAND SAS	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
LALLEMAND SAS	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AssE3M	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AsocParalyséesFr ance	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	DEJ	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	LesPapillonsChar cot	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EtoilClown	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	LeReveeNorinia	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Symphonie17	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	VaincreLaMucoviscidose	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	ViradesDeLespor	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AunisAthletisme	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	ASPTTLaRoche	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	RupelaBasket	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	LesSqualesRoche	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	VeloceClubChanr ente	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	GemozacCycliste	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AunisAvenir	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	DompierreFoot	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	USAigrefeuille	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Olympique PetitMarseille	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AunisHandball	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	USSaintes	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	PalliceOcenClub	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	RACA	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	SatdeRochelais	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	ATC	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	TennisClubRochel le	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	LaRochelleVolley	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	RéBeachClub	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FestivalFilmRoch elle	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces

LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FestivalFilmAvent ure	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FestivalEcranVert	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
LES MIRACULE UX	np	Fabrication produits finis/Venteenl igne	nr	nr	Fabrication produits finis/Venteen ligne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LESCUYE R Laboratoire	2	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteen ligne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LESCUYE R Laboratoire	2	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteen ligne	FondationLescuye r	Fondations Entreprise	RepInt /Symb olique s	Directeur/Pr opriétaire/Fo ndateur	Acteur santé

LIERAC Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LG	3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LORICA Laboratoire s	3	Fabrication produits finis/Vente en l igne	0 à 2	0 à 10	Fabrication produits finis/Vente en l igne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LUSTREL Laboratoire s	np	Conception/f açonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/f açonnage pour marques ext	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
LUSTREL Laboratoire s	np	Conception/f açonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/f açonnage pour marques ext	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
M&L Laboratoire s	np	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
MAYOLY SPINDLER Laboratoire s	2	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation

MEDEF	np	np	np	np	Représentan tInt	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Membre	np
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	VilleMolsheim	Association s/ONG/Club sSport	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FondMinesTeleco m	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	LigueSEP	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FondationMerck	Fondations Entreprise	Repint	Directeur/Pr opriétaire/Fo ndateur	Acteur santé

										Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	CEFIC	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FoodSupplements Europe	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EFPIA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EBE	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	BVAC	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	VCI	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	ERT - European Roundtable of Industrialists	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Merck	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EUCCC	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

MGD Nature	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
NAT'KAPS	np	Conception/f açonage pour marques ext	3 à 10	0 à 10	Conception/f açonage pour marques ext	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
NATURAC TIVE Laboratoire s Pierre Fabre	2	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenl igne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
NATURAC TIVE Laboratoire s Pierre Fabre	2	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenl igne	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
NATURAC TIVE Laboratoire s Pierre Fabre	2	Fabrication produits finis/Venteenl igne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Venteenl igne	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
NATURAC TIVE Laboratoire	2	Fabrication produits	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits	FondationPierreF abre	Fondations Entreprise	RepInt	Directeur/Pr opriétaire/Fo ndateur	Acteur santé

s Pierre Fabre		finis/Vente en ligne			finis/Vente en ligne					
NATURAC TIVE Laboratoire s Pierre Fabre	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Vente en ligne	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NATURAC TIVE Laboratoire s Pierre Fabre	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Vente en ligne	EFPIA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NATUREX	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NATUREX	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	SNIAA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NATUREX	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc

NATUREX	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	FoodSupplements Europe	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	MNI - Medical Nutrition International	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FoodSupplements Europe	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AssocPromotionAutonomieSante	Associations/ONG/ClubsSport	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	CollectifLutteDnutrition	Associations/ONG/ClubsSport	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Société Francophone de Nutrition Clinique et Métabolisme (SFNCM)	Chercheurs /Universités /SocSavant es	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Alliance7	Représenta ntint	RepInt	Membre	np
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
NESTLE HEALTH SCIENCE France	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
NETLAB PHARMA	3	Fabrication produits finis	0 à 2	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
NETQUAT TRO	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
NETQUAT TRO	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	FondationFitness boutique	Fondations Entreprise	RepInt	Directeur/Pr opriétaire/Fo ndateur	Acteur santé

NEXIRA	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	51 à 250	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NEXIRA	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	51 à 250	Fabricant ingrédients/matières premières	SNIAA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NHCO Nutrition	2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Noria distribution	np	Importateurs/Distributeurs	0 à 2	11 à 50	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
NSH - Groupe ALTEAL	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Nutergia	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Nutravalia	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Nutraveris	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	11 à 50	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

Nutraveris	np	Conséil aux fabricants	0 à 2	11 à 50	Conséil aux fabricants	Synadiet	Représentantint	Repint	Membre	Délégation
Nutricia	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Nutricia	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Nutrikeo	np	Conséil aux fabricants	0 à 2	11 à 50	Conséil aux fabricants	Synadiet	Représentantint	Repint	Membre	Délégation
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	atheltesdubienetre	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Bureau/CA	Acteur santé
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Evenemetssportifs	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Bureau/CA	Acteur santé

NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFrançaiseCycl isme	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	FNIL	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFrançaiseVoil e	Association s/ONG/Club sSport	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteurvielocale/Allian ces
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	GECOfoodservice s	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Syndifrais	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation

NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFrançaiseHandball	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFrançaiseCourseàpied	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFrançaiseAthlétisme	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FedFRançaiseFootball	Associations/ONG/ClubsSport	RepInt	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteurvielocale/Alliances
Oenobiol	2	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
OMEGA PHARMA France Laboratoires	2	Fabrication produits finis/Venteen ligne	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis/Venteen ligne	Synadiet	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation

OMEGA PHARMA France Laboratoires	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
OMNIPHARM	np	Importateurs/Distributeurs	11 à 50	11 à 50	Importateurs/Distributeurs	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Orchidali	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
PAPILLON Laboratoire	np	Fabrication produits finis/Vente en ligne	nr	nr	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Pharma Inside	np	Conseil aux fabricants	nr	nr	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Pharmanager Development	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	11 à 50	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
PHARMANAGER GROUP	np	Conseil aux fabricants	3 à 10	11 à 50	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représentant	RepInt	Bureau/CA	Délégation

PhilippeGartner/FedFrPharmaciens	np	np	np	np	Chercheurs/Universités/SocSavantes	FedFrPharmaciens	Représentant	RepInt	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
PileJe	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
PileJe	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	FondationPileJe	Fondations Entreprise	RepInt	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Acteur santé
Plantex	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Plantex	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50	Fabricant ingrédients/matières premières	SNIAA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Plantex	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50	Fabricant ingrédients/matières premières	Nutraveris	CabinetConseil	RepInt	Membre	Délégation
PMA 28	np	Fabricant ingrédients/m	3 à 10	11 à 50	Fabricant ingrédients/	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation

		atières premières			matières premières					
PUR ALIMENT	np	Importateurs/ Distributeurs	11 à 50	0 à 10	Importateurs /Distributeur s	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
PURESSE NTIEL FRANCE	np	Fabrication produits finis/Venteen ligne	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis/Venteen ligne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
PURESSE NTIEL FRANCE	np	Fabrication produits finis/Venteen ligne	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis/Venteen ligne	FondationPureess entiel	Représenta ntint	RepInt	Directeur/Pr opiétaire/Fo ndateur	Délégation
PYC Laboratoire s	np	Conception/f açonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/f açonnage pour marques ext	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
RGruman/N utritionniste	np	np	np	np	Chercheurs/ Universités/ SocSavante s	Médias	Médias	RepInt	Expert	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
RNI Conseil	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conseil aux fabricants	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation

RNI Conseil	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conseil aux fabricants	CouncilForResponsibleNutrition	Représentant	Cognitives/Représentant	Membre	Délégation
RNI Conseil	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conseil aux fabricants	ConsumerHealthcareAssoc(USA)	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
RNI Conseil	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conseil aux fabricants	Cosmed	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Robertet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Robertet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	SNIAA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
RODAEL Laboratoires pharmaceutiques	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20	>1000	Fabrication produits finis	SYNDNATIONIN DUSTTECHNOL MEDICALES	Représentant	RepInt	Membre	Repint

Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	AFIPA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	G5	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	LOG SANTE	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	EBE	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	AESGP	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	EFPIA	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	Bruegel	Thinktank	RepInt	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	FoodSupplements Europe	Représentant	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	Friends of Europe	Thinktank	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	Science Business	Thinktank	RepInt	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	FranceIndustrie	Représentant	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Sanofi	1	Fabrication produits finis	>20 0	>1000	Fabrication produits finis	FondationSanofi	Fondations Entreprise	RepInt	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Acteur santé
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	Synadiet	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	ACDV	Représentant	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/m	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/	AN	État/Gouvernement/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique

		atières premières			matières premières					industrielle, économique etc
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	FEDERATIONDE SPRESTATAIRE SDESANTEDOMI CILE	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	ERT - European Roundtable of Industrialists	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	BusinessGroupe	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	FranceIndustrie	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/matières premières	AFEP	Représentantint	RepInt	Membre	Délégation

		atières premières			matières premières					
Seppic	np	Fabricant ingrédients/m atières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/ matières premières	MEDEF	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/m atières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/ matières premières	EPE	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/m atières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/ matières premières	ANSA	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
Seppic	np	Fabricant ingrédients/m atières premières	>20 0	251 à 1000	Fabricant ingrédients/ matières premières	CEFIC	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
SOLABIA	np	Fabricant ingrédients/m atières premières	51 à 200	51 à 250	Fabricant ingrédients/ matières premières	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
SOPHIM	np	Fabricant ingrédients/m	11 à 50	11 à 50	Fabricant ingrédients/	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation

		atières premières			matières premières					
SVM Laboratoires	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	RepInt	Bureau/CA	Délégation
SVM Laboratoires	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/façonnage pour marques ext	Synadiet	Représentant	Repint	Bureau/CA	Délégation
Synadiet	np	np	np	np	Représentant	EHPM	Représentant	RepInt	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentant	Deloitte	CabinetConseil	RepInt	Expert	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Synadiet	np	np	np	np	Représentant	FrostSullivan	CabinetConseil	Repint	Expert	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentant	CommissionPlantes	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	Phytolia	Représenta ntint	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	Itepmi	Représenta ntint	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	ConseilSpecialieP roductionsVegetal esSpeciales/Agri mer	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	PPAM/Agri mer	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	ComitePilotageCo mpetitivitePPAM/ Agri mer	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	ComitePilotageAlc aloidesPyrrolozi/A grimer	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	GTReglementatio nVentedirectePlan tes	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	GroupePlantes/A N	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tint	SNE - Specialised Nutrition Europe	Représenta ntint	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tInt	GTValorisation	Représenta ntint	RepInt	Directeur/Pr opiateur/Fo ndateur	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tInt	GTBio	Représenta ntint	RepInt	Directeur/Pr opiateur/Fo ndateur	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tInt	GTAllégationsPla ntes	Représenta ntint	Repint	Directeur/Pr opiateur/Fo ndateur	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tInt	GTProduitssantén aturels	Représenta ntint	RepInt	Directeur/Pr opiateur/Fo ndateur	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
Synadiet	np	np	np	np	Représentan tInt	Gt Probiotiques	Représenta ntint	RepInt	Directeur/Pr opiateur/Fo ndateur	Changement cadres réglementaires CA/Procédures

THALGO Cosmetic Laboratoire s B.L.C.	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	11 à 50	251 à 1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
THEA Laboratoire s	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
THEA Laboratoire s	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	FondationThéa	Fondations Entreprise	RepInt	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
THEA Laboratoire s	1	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
THERA SANA	3	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Bureau/CA	Délégation
TRADING POINT	np	Conception/f açonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50	Conception/f açonnage pour marques ext	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
URGO	np	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
URGO	np	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Réglementation généraliste politique

										industrielle, economique etc
URGO	np	Fabrication produits finis	>20 0	251 à 1000	Fabrication produits finis	AFIPA	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
VDMJ Conseil	np	Conséil aux fabricants	0 à 2	0 à 10	Conséil aux fabricants	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Bureau/CA	Délégation
VECTEUR SANTE	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
VEMEDIA CONSUME R HEALTH	np	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
VIT'ALL+	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	Repint	Membre	Délégation
Vitamonyl	np	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250	Fabrication produits finis	Synadiet	Représenta ntint	RepInt	Membre	Délégation
WFDSA	np	np	np	np	Représentan tint	Seldia(euroeapndi rectsellingassoc)	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Membre	rien
RobertAnto n/UnivStras bourg	np	np	np	np	Chercheurs/ Universités/ SocSavante s	EFSA	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Membre	np
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	AfricanFertilitySoc iety	Chercheurs /Universités	Repint	Financemen t/Partenariat/	Acteur santé

							/SocSavant es		Collaboratio n	
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	IntFedFertilitySoci eties	Chercheurs /Universités /SocSavant es	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	MinistryHealthUga nda	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	MuhimbilyUnivHe alth	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	MinistryHealthZa mbia	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	MinistryHealthZim bawe	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé
FondationM erck	np	np	np	np	FondationEn treprise	MinistryofHealthS enegal	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Financemen t/Partenariat/ Collaboratio n	Acteur santé

									Collaboration	
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	GhanaNationalDietaryAssoc	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	AfricanUnion	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	FertilitySocietyGhana	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	MinistryofHealthAngola	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	MinistryofHealthBotswana	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	OfficeofThefirstLadyZambia	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé

									Collaboration	
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	OfficeofThefirstLadyGhana	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	OfficeofThefirstLadyAngola	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	OfficeofThefirstLadySenegal	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé
FondationMerck	np	np	np	np	FondationEntreprise	OfficeofThefirstLadyUganda	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé
SightandLife	np	np	np	np	ThinkTank	WorldFoodProgramUN	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé
SightandLife	np	np	np	np	ThinkTank	UNICEF	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financem t/Partenariat/ Collaboration	Acteur santé

									Collaboration	
SightandLife	np	np	np	np	ThinkTank	TheSocietyforImplementationScience	Thinktank	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
SightandLife	np	np	np	np	ThinkTank	GermanDevelopmentCooperation	Etat/Gouvernement/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
SightandLife	np	np	np	np	ThinkTank	OMS	Etat/Gouvernement/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Acteur santé
CouncilForResponsibleNutrition	np	np	np	np	ThinkTank	USACongress	Etat/Gouvernement/Senat/AN	Repint	Intervenant	rien
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	EL/BankOfFinland	Etat/Gouvernement/Senat/AN	Repint	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivBoconi	Chercheurs/Universités	Repint	Membre	Production connaissances CA et économie

							/SocSavantes			
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivNewYork	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Repint	Membre	Production connaissances CA et économie
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	BanqueDeFrance	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	BankOfEngland	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Bruegel	np	np	np	np	ThinkTank	EuropeanInvBank	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	Ministre/Ministrelge	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	JA/ExEuropeanCommissioner	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	Chercheur/UnivLondon	Chercheurs/Universités/SocSavantes	Repint	Bureau/CA	Production connaissances CA et économie
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	ExEuropeanCommissionner	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	Eurodéputé/ParlementEuropean	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	EuropeanCommissionner	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	ExMinistreSuedois	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	DéputéAllemande	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	ExPremierMinistreIrlande	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	ExEuropeanCommissioner	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Friends of Europe	np	np	np	np	ThinkTank	ExPrésidentParlementEuropean	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Bureau/CA	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Science Business	np	np	np	np	ThinkTank	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
Nutricia	1	np	np	np	ThinkTank	Syndifrais	Représentantint	Repint	Membre	Délégation
Nutricia	1	np	np	np	ThinkTank	Alliance7	Représentantint	Repint	Membre	Délégation
ACDV	np	np	np	np	Représentantint	AN	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
ACDV	np	np	np	np	Représentantint	EU	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
ACDV	np	np	np	np	Représentantint	ComitéPilotagePIanBioéconomie	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

AESGP	np	np	np	np	Représentan tint	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	RepInt	Intervenant	Production connaissances CA et économies
AESGP	np	np	np	np	Représentan tint	EFSARoundTable GeneralFoodLaw	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
AFEP	np	np	np	np	Représentan tint	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
AFEP	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
AFIPA	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
FedEntrepri sesBeaute	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Changement cadres réglementaires CA/Procédures
FranceIndu strie	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc

FVD	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
G5	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
LOG SANTE	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
MEDEF	np	np	np	np	Représentan tint	AN	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, economique etc
MNI - Medical Nutrition Internationa l	np	np	np	np	Représentan tint	EU	Etat/Gouve/ Senat/AN	Repint	Intervenant	Promotion nutrition médicale
PhilippeGa ertner/Phar macien	np	np	np	np	Chercheurs/ Universités/	FedFrPharmacien s	Représenta ntint	Repint	Bureau/CA	Cognitives

					SocSavantes					
Phytolia	np	np	np	np	Représentant	PPAM/Agrimer	Représentant	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Phytolia	np	np	np	np	Représentant	Comitéplantes	Représentant	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Phytolia	np	np	np	np	Représentant	CHIEF(huiles essentielles)	Représentant	Repint	Financement/Partenariat/Collaboration	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
Seldia(euro eapndirects ellingsoc)	np	np	np	np	Représentant	EU	Représentant	Repint	Intervenant	rien
SNE - Specialised Nutrition Europe	np	np	np	np	Représentant	EU	Représentant	Repint	Intervenant	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
SNE - Specialised	np	np	np	np	Représentant	EuropeanWeekSport	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Financement/Partenariat/	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé

Nutrition Europe									Collaboration	
SNE - Specialised Nutrition Europe	np	np	np	np	Représentant	AdvisorygrouponFoodchain	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Membre	Events CA/Plantes et prévention et économies de santé
SNIAA	np	np	np	np	Représentant	AssocEuropeenne Aromes	Représentant	Repint	Membre	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc
SNIAA	np	np	np	np	Représentant	AN	Etat/Gouve/Senat/AN	Repint	Intervenant	Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc

Tableau 18: Cosinus carrés des variables sur les 5 premiers axes

**Squared cosines of the variables:**

	F1	F2	F3	F4	F5
Circulation info. : Changement cadres réglementaires CA	<b>0,732</b>	0,062	0,010	0,000	0,197
Circulation info. : Events CA/Plantes	<b>0,692</b>	0,088	0,019	0,016	0,186
Circulation info. : Réglementation généraliste politique industrielle, économique etc	0,001	0,462	<b>0,464</b>	0,073	0,001
Création alliances: Acteur vie locale	0,104	<b>0,368</b>	0,327	0,201	0,000
Subs.Politique : Acteur santé	0,154	0,391	0,007	<b>0,445</b>	0,004

*The results corresponding to the supplementary variables are displayed in the second part of the table*

*Values in bold correspond for each variable to the factor for which the squared cosine is the largest*

Tableau 19: Cosinus carrés observations activités politiques représentation intérêts

**Squared cosines of the observations:**

	F1	F2	F3
ACDV	0,164	0,016	0,234
AESGP	0,002	0,004	<b>0,660</b>
AFEP	0,021	<b>0,693</b>	0,264
AFIPA	0,002	0,004	<b>0,660</b>
ARKOPHARMA Laboratoires	0,080	0,109	0,038
BIOCYTE	0,165	0,000	0,393
BOIRON Laboratoires	0,168	0,007	0,255
Bruegel	0,003	<b>0,499</b>	0,436
CEFIC	0,104	<b>0,877</b>	0,005
COSMED	0,207	0,206	0,027
DSM Nutritional products france	<b>0,304</b>	0,206	0,243
EFPIA	0,104	<b>0,877</b>	0,005
EHPM	<b>0,894</b>	0,103	0,002
EXPANSCIENCE Laboratoires	0,163	0,003	<b>0,723</b>
FedEntreprisesBeaute	0,168	0,007	0,255
FondationLescuyer	0,020	<b>0,349</b>	0,041
FondationMerck	0,182	0,286	0,022
FondationPileJe	0,130	<b>0,716</b>	0,130
FondationPureessentiel	0,298	0,035	<b>0,666</b>
FondationSanofi	0,141	0,291	0,002
FondationThéa	0,329	0,084	<b>0,551</b>
FoodSupplementsEurope	<b>0,422</b>	0,030	0,229
FranceIndustrie	0,104	<b>0,877</b>	0,005
Friends of Europe	0,374	0,053	0,002
FVD	0,104	<b>0,877</b>	0,005
G5	0,104	<b>0,877</b>	0,005
Herbalife	0,308	0,086	0,158
INELDEA Laboratoires	0,208	0,027	0,151
InstOlgaTribalat	0,163	0,003	<b>0,723</b>
IPRAD SANTE Laboratoires	0,163	0,003	<b>0,723</b>
Laboratoires GILBERT	0,165	0,000	0,393
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	0,142	<b>0,414</b>	0,296
LESCUYER Laboratoire	0,163	0,003	<b>0,723</b>

LOG SANTE	0,104	<b>0,877</b>	0,005
MEDEF	0,104	<b>0,877</b>	0,005
Merck	0,093	0,330	<b>0,462</b>
MNI - Medical Nutrition International	0,002	0,004	<b>0,660</b>
NATURACTIVE Laboratoires Pierre Fabre	0,034	<b>0,620</b>	0,287
NATUREX	0,104	<b>0,877</b>	0,005
NESTLE HEALTH SCIENCE France	0,066	<b>0,439</b>	0,311
NETQUATTRO	0,163	0,003	<b>0,723</b>
Nutricia	0,334	0,025	0,047
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	0,241	0,322	0,057
Phytolia	0,164	0,016	0,234
PileJe	0,163	0,003	<b>0,723</b>
Sanofi	0,030	0,341	<b>0,453</b>
Science Business	0,104	<b>0,877</b>	0,005
Seppic	0,021	<b>0,693</b>	0,264
SightandLife	0,333	0,133	<b>0,429</b>
SNE - Specialised Nutrition Europe	0,164	0,016	0,234
SNIAA	0,021	<b>0,693</b>	0,264
Synadiet	<b>0,884</b>	0,058	0,040
THEA Laboratoires	0,142	0,031	0,261
URGO	0,104	<b>0,877</b>	0,005
Type organisation-Syndicat patronal	<b>0,701</b>	0,256	0,013
Type organisation-Entreprise	0,410	0,025	0,014
Type organisation-Fondation Entreprise	0,202	<b>0,435</b>	0,042

*The results corresponding to the centroids of the categories are displayed at the bottom of the table*

*Values in bold correspond for each observation to the factor for which the squared cosine is the largest*

## 8.4. Annexe Chapitre 5

Tableau 20: Acteurs des activités symboliques

Source	Source insertion	Cluster segmentat ion	Segme nt secteu r	CA MII Euros	CA pa rangs	Salariés	Type acteur source	Acteur associé	Type acteur associé	Type APE	Relatio n entre les deux acteurs	Particip e à...	Champ
ARKOP HARMA Laboratoires	Sitewe bsynadiet	2	Fabrication produits finis	165	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AsocBouchonsAmour	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat /Collaboration	Exclusion/Acteur territoire /handicap/Humanaire	Handicap
ARKOP HARMA Laboratoires	Sitewe bsynadiet	2	Fabrication produits finis	165	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AssocSolidarsport	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat /Collaboration	Exclusion/Acteur territoire /handicap	Handicap

												p/Humanaire	
ARKOP HARMA Laboratoires	Sitewe bsynadiet	2	Fabrication produits finis	165	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	AssocT SWFrance Nepal	Associations/ON G/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat /Collaboration	Exclusion/Acteur territoire /handicap/Humanaire	Solidarité internationale enfants
EXPAN SCIENCE Laboratoires	Sitewe bsynadiet	2	Fabrication produits finis	190	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Asmae	Associations/ON G/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat /Collaboration	Exclusion/Acteur territoire /handicap/Humanaire	Solidarité internationale enfants
Fondation nAirLiquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/ matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Académie Jobs	Associations/ON G/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat /Collaboration	Exclusion/Acteur territoire /handicap/Humanaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation nAirLiquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Ecole2e meChance	Associations/ON	Symboliques	Financement/Partenariat	Exclusion/Acteur territoire	Chômeurs/insertion

			ents/matières premières						G/Clubs Sport		/Collaboration	/handicap/Humanaire	on/Exclusion
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Handicap Travail Solidaire	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Handicap
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Vivre Les Mureaux	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocBi osol62	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Chômeurs/insertion/Exclusion

			premières										
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	CIPRES	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	JardinVoyageRomaine	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Air Liquide	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	>200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Linkedit	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion

Fondation Fitness boutique	dérivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion1	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	dérivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion2	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	dérivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion3	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	dérivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion4	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion

Fondation Fitness boutique	derivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion5	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	derivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion6	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	derivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion7	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Fitness boutique	derivé 1	2	Importateurs/Distributeurs	np	11 à 50	51 à 250	Fondation Entreprise	AssocSportInsertion8	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion

Fondation Lescuyer	dérivé 1	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	np	11 à 50	11 à 50	Fondation Entreprise	Enfants DesRues	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	solidarité internationale enfants
Fondation Lescuyer	dérivé 1	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	np	11 à 50	11 à 50	Fondation Entreprise	AssocAlouette	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	solidarité internationale enfants
Fondation Lescuyer	dérivé 1	2	Fabrication produits finis/Vente en ligne	np	11 à 50	11 à 50	Fondation Entreprise	Africa	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	solidarité internationale enfants
Fondation Lescuyer	dérivé 1	2	Fabrication produit	np	11 à 50	11 à 50	Fondation Entreprise	ProjetPouReo	Associations/ONG	Symboliques	Financement/Partenariat	Exclusion/Acteur territoire	solidarité internationale

			s finis/Ve nteenli gne						G/Clubs Sport		/Collabo ration	/handica p/Huma nitaire	onale enfants
Fondatio nLescuy er	dérivé 1	2	Fabrica tion produit s finis/Ve nteenli gne	np	11 à 50	11 à 50	Fondatio nEntrepr ise	AssocR osalie	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	solidarit é internati onale enfants
Fondatio nNature x	dérivé 1	3	Fabrica tion ingrédi ents/m atières premiè res	np	51 à 200	251 à 1000	Fondatio nEntrepr ise	Secours Populair e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
Fondatio nPurees sentiel	dérivé 1	3	Fabrica tion produit s finis/Ve	np	51 à 200	51 à 250	Fondatio nEntrepr ise	UnEnfan tParLaM ain	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	solidarit é internati onale enfants

			nte li gne										
Fondatio nPurees sentiel	dérivé 1	3	Fabrica tion produit s finis/Ve nte li gne	np	51 à 200	51 à 250	Fondatio nEntrepr ise	Enfance &Partag e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Parental ité/Famil le
Fondatio nPurees sentiel	dérivé 1	3	Fabrica tion produit s finis/Ve nte li gne	np	51 à 200	51 à 250	Fondatio nEntrepr ise	AssocH umada	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	solidarit é internati onale enfants
Fondatio nSanofi	dérivé 1	1	Fabrica tion produit s finis	np	>200	>1000	Fondatio nEntrepr ise	Unicef	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	solidarit é internati onale enfants

Fondation Sanofi	dérivé 1	1	Fabrication produits finis	np	>200	>1000	Fondation Entreprise	Samu Social	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Sanofi	dérivé 1	1	Fabrication produits finis	np	>200	>1000	Fondation Entreprise	UNHCR	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	solidarité internationale enfants
Herbalife	Siteweb syna diet	1	Fabrication produits finis/Vente en ligne	1000	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente en ligne	FeedTheChildren	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanitaire	solidarité internationale enfants
Herbalife	Siteweb syna diet	1	Fabrication produits finis/Vente	1000	>200	>1000	Fabrication produits finis/Vente	SosVillage Enfants	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap	solidarité internationale enfants

			nteenli gne				teenlign e					p/Huma nitaire	
Herbalif e	Sitewe bsyna diet	1	Fabrica tion produit s finis/Ve nteenli gne	1000	>200	>1000	Fabricati on produits finis/Ven teenlign e	CroixRo uge	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
Juva Santé	Rappo rtLesE chos	1	Fabrica tion produit s finis	129	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	PetitFrer eDesPa uvres	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Personn esâgées
Juva Santé	Rappo rtLesE chos	1	Fabrica tion produit s finis	129	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	RestosD uCoeur	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
Juva Santé	Rappo rtLesE chos	1	Fabrica tion	129	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on	Banque Alimenta ire	Associat ions/ON	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat	Exclusio n/Acteur territoire	Chômeu rs/inserti

			produit s finis				produits finis		G/Clubs Sport		/Collabo ration	/handica p/Huma nitaire	on/Exclu sion
Laborat oires GILBER T	Sitewe bsyna diet	2	Fabrica tion produit s finis	138	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	NosQua rtiersOnt DuTalen t	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
Laborat oires GILBER T	Sitewe bsyna diet	2	Fabrica tion produit s finis	138	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	Secours Populair e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	AtelierD esFamill es	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Parental ité/Famil le

LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	Creche Orangeri e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Parental ité/Famil le
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	LesPetit sElepha nts	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Parental ité/Famil le
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	VoixLibr esBolivi e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	solidarit é internati onale enfants
LEA NATUR E	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on	Parraina ge17	Associat ions/ON	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat	Exclusio n/Acteur territoire	Parental ité/Famil le

Groupe - LEA INSTITUT VITAL			produit s finis				produits finis		G/Clubs Sport		/Collabo ration	/handica p/Huma nitaire	
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITUT VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	RestoCo eurBebe	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Par tenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Parental ité/Famil le
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITUT VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	Secours Populair e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Par tenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
LEA NATUR E Groupe - LEA	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	Banque Alimenta ire	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Par tenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion

INSTITUT VITAL													
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	RapportLesEchos	3	Fabrication produits finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	Fondation Abbé Pierre	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	RapportLesEchos	3	Fabrication produits finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	PetitesSœursDesPauvres	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Personnes âgées
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	RapportLesEchos	3	Fabrication produits finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabrication produits finis	ActionContreLaFaim	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	solidarité internationale enfants

LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	FierDeM onQuarti er	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
LEA NATUR E Groupe - LEA INSTITU T VITAL	Rappo rtLesE chos	3	Fabrica tion produit s finis	182	51 à 200	251 à 1000	Fabricati on produits finis	RestosD uCoeur	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
MAYOL Y SPINDL ER Laborat oires	Sitewe bsyna diet	2	Fabrica tion produit s finis	126	51 à 200	51 à 250	Fabricati on produits finis	Secours Populair e	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat /Collabo ration	Exclusio n/Acteur territoire /handica p/Huma nitaire	Chômeu rs/inserti on/Exclu sion
MAYOL Y SPINDL ER	Sitewe bsyna diet	2	Fabrica tion produit s finis	126	51 à 200	51 à 250	Fabricati on produits finis	Boucho nsAmou r	Associat ions/ON G/Clubs Sport	Symboli ques	Finance ment/Pa rtenariat	Exclusio n/Acteur territoire /handica p	Handica p

Laboratoires											/Collaboration	p/Humaine	
Noria distribution	Siteweb syndicat	np	Importateurs/Distributeurs		20 à 2	11 à 50	Importateurs/Distributeurs	LaCrecheBrésil	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humaine	solidarité internationale enfants
Noria distribution	Siteweb syndicat	np	Importateurs/Distributeurs		20 à 2	11 à 50	Importateurs/Distributeurs	AssocSt Camille	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humaine	solidarité internationale enfants
Fondation Naturex	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocEs pelido	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humaine	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Naturex	dérivé 1	np	Fabrication ingrédient	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocEnergieJeunes	Associations/ONG	Symboliques	Financement/Partenariat	Exclusion/Acteur territoire	Chômeurs/insertion

			ents/matières premières						G/Clubs Sport		/Collaboration	/handicap/Humanaire	on/Exclusion
Fondation Nature x	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	Secours Populaire	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	Chômeurs/insertion/Exclusion
Fondation Nature x	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocE nfanceM aghreb	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	solidarité internationale enfants
Fondation Nature x	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocAk lale	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humanaire	solidarité internationale enfants

			premières										
Fondation Nature x	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocMagicBus	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	solidarité internationale enfants
Fondation Nature x	dérivé 1	np	Fabrication ingrédients/matières premières	np	51 à 200	251 à 1000	Fondation Entreprise	AssocW ean	Associations/ONG/Clubs Sport	Symboliques	Financement/Partenariat/Collaboration	Exclusion/Acteur territoire/handicap/Humainitaire	solidarité internationale enfants

Tableau 21: Cosinus carrés des variables activités politiques symboliques

**Squared cosines of the variables:**

	F1	F2	F3
Chômeurs/insertion/Exclusion	0,237	0,250	<b>0,366</b>
Handicap	0,130	<b>0,405</b>	0,306
Parentalité/Famille	<b>0,739</b>	0,014	0,083
Personnesâgées	<b>0,746</b>	0,001	0,083
Solidarité internationale enfants	0,004	<b>0,759</b>	0,001

*The results corresponding to the supplementary variables are displayed in the second part of the table*

*Values in bold correspond for each variable to the factor for which the squared cosine is the largest*

Tableau 22: Cosinus carrés observations activités politiques symboliques

**Squared cosines of the observations:**

	F1	F2	F3	F4
ARKOPHARMA Laboratoires	0,243	0,222	<b>0,448</b>	0,080
EXPANSCIENCE Laboratoires	0,294	0,091	0,000	<b>0,467</b>
FondationAirLiquide	0,001	<b>0,766</b>	0,090	0,136
FondationFitnessboutique	0,038	0,313	<b>0,637</b>	0,010
FondationLescuyer	0,083	<b>0,788</b>	0,002	0,079
FondationNaturex	0,008	<b>0,364</b>	0,225	0,299
FondationPureessentiel	0,020	<b>0,584</b>	0,058	0,018
FondationSanofi	0,323	<b>0,545</b>	0,052	0,065
Herbalife	0,323	<b>0,545</b>	0,052	0,065
Juva Santé	0,301	0,041	0,021	<b>0,432</b>
Laboratoires GILBERT	0,069	0,137	0,168	<b>0,434</b>
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT				
VITAL	<b>0,916</b>	0,005	0,040	0,028
MAYOLY SPINDLER Laboratoires	0,280	<b>0,486</b>	0,201	0,008
Noria distribution	0,322	<b>0,522</b>	0,001	0,126
Type organisation-Entreprise	0,064	0,097	<b>0,538</b>	0,290
Type organisation-Fondation Entreprise	0,064	0,097	<b>0,538</b>	0,290

*The results corresponding to the centroids of the categories are displayed at the bottom of the table*

*Values in bold correspond for each observation to the factor for which the squared cosine is the largest*

## 8.5. Annexe générale

Tableau 23: Echantillon entreprises des chapitres 2,3 et 4

Source	Source insertion	Cluster segmentation	Segment secteur	CA pa rangs	Salariés
1001pharmacies	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr
ACM Laboratoire dermatologique	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50
ACTIDIET	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	0 à 2	0 à 10
Alliance Consulting	Sitewebsynadiet	np	Conséil aux fabricants	nr	nr
Aragan	RapportLesEchos	np	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
ARKOPHARMA Laboratoires	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
AROMA CELTE - BREZH ALGAE & PLANT	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	nr
Atriumsante	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr
BAILLEUL Laboratoires	Fabrication produits finis	2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
Bezarre Natural	Sitewebsynadiet	np	Importateurs/Distributeurs	0 à 2	0 à 10

BESINS INTERNATIONAL Laboratoires	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
BIOCODEX	Sitewebsynadiet		1	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000
BIOCYTE	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50
BIOFAR	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	0 à 10
BIOSE Industrie	Sitewebsynadiet		1	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
Biothalassol lab	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
BOIRON Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
BREX COMPANY NUTRIGEE	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	0 à 2	0 à 10
BOIRON Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
CCD Laboratoire	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
CELL BIOTECH France	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
Centre de Recherches Phytothérapiques	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10
CLEMASCIENCE	Sitewebsynadiet	np		Conception/façonnage pour marques ext	0 à 2	11 à 50
CODIF INTERNATIONAL	Sitewebsynadiet	np		Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	0 à 10
CORIMA	Sitewebsynadiet	np		Conséil aux fabricants	3 à 10	11 à 50
DAYANG	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10

DENEL-CODIFRA Laboratoire	Sitewebsynadiet		1	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
DENSMORE	Sitewebsynadiet	np		Fabrication produits finis	nr	11 à 50
DIOTER Laboratoire	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10
DRT - Les Dérivés Résiniques et Terpéniques	Sitewebsynadiet	np		Fabricant ingrédients/matières premières	>200	251 à 1000
DSM Nutritional products france	Sitewebsynadiet	np		Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000
Du Gomenol Laboratoire	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	3 à 10	0 à 10
EFFIK Laboratoire	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
EURO SANTE DIFFUSION - PHYTOFRANCE	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
EUROSPECHIM SARL	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	0 à 2	0 à 10
EXPANSCIENCE Laboratoires	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
Fénioux	RapportLesEchos		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	51 à 250
FIRMALIS	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	3 à 10	0 à 10
FITOFORM	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
FLAMANT VERT	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10

FLEURANCE NATURE	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
FLORAME	Sitewebsynadiet	np		Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	51 à 250
Floressence	RapportLesEchos	np		Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50
FortéPharma	RapportLesEchos	np		Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	51 à 250
GENEVRIER Laboratoires	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250
GUAYAPI	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10
Helpac	Sitewebsynadiet	np		Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50
Herbalife	Sitewebsynadiet		1	Fabrication produits finis/Venteenligne	>200	>1000
HOLISTICA	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	11 à 50
IMCD France SAS	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	>200	51 à 250
INEBIOS Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
INELDEA Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
IPRAD SANTE Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250
JALDES Laboratoire	Sitewebsynadiet		1	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
Juva Santé	RapportLesEchos	np		Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
LA DROME PROVENCE	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50

LA SOURCE SARL	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
LABCATAL Laboratoire	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	51 à 250
LABNAT	Sitewebsynadiet	np		Importateurs/Distributeurs	11 à 50	0 à 10
Laboratoire M2C2 Biotechnologie Végétale	Sitewebsynadiet	np		Fabrication produits finis/Venteenligne	nr	nr
Laboratoire MOTIMA SAS	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
Laboratoire TRADIPHAR	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	3 à 10	0 à 10
Laboratoires GILBERT	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
Laboratoires Phode	Sitewebsynadiet	np		Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50
LALLEMAND SAS	Sitewebsynadiet	np		Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	RapportLesEchos		3	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
LES MIRACULEUX	Sitewebsynadiet	np		Fabrication produits finis/Venteenligne	nr	nr
LESCUYER Laboratoire	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50
LIERAC Laboratoires	Sitewebsynadiet		2	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
LG	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis	0 à 2	0 à 10
LORICA Laboratoires	Sitewebsynadiet		3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10

LUSTREL Laboratoires	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50
M&L Laboratoires	Sitewebsynadiet	np	Fabrication produits finis	>200	>1000
MARDIS VITAMIN SYSTEM	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	0 à 10
Merck	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
MGD Nature	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
NATESIS	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	0 à 2	0 à 10
NAT'KAPS	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	0 à 10
NATURACTIVE Laboratoires Pierre Fabre	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50
naturaforce	Web	np	Fabrication produits finis/Venteenligne	nr	nr
NATUREX	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	251 à 1000
NESTLE HEALTH SCIENCE France	Sitewebsynadiet	1	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
NETLAB PHARMA	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis	0 à 2	11 à 50
NETQUATTRO	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
Newpharma	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr

NEXIRA	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	51 à 250
NHCO Nutrition	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
Noria distribution	Sitewebsynadiet	np	Importateurs/Distributeurs	0 à 2	11 à 50
NSH - Groupe ALTEAL	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
Nutergia	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis	11 à 50	51 à 250
Nutravalia	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	11 à 50
Nutraveris	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	11 à 50
Nutricia	Web		1 Fabrication produits finis	>200	>1000
Nutrikeo	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	11 à 50
NUTRIMETICS France	Sitewebsynadiet		3 Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	Sitewebsynadiet		1 Fabrication produits finis	>200	251 à 1000
Oenobiol	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250
OMEGA PHARMA France Laboratoires	Sitewebsynadiet		2 Fabrication produits finis/Venteenligne	51 à 200	251 à 1000
OMNIPHARM	Sitewebsynadiet	np	Importateurs/Distributeurs	11 à 50	11 à 50
Onatera	Web	np	Parapharmaciesenligne	3 à 10	11 à 50
Orchidali	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	0 à 10
PAPILLON Laboratoire	Sitewebsynadiet	np	Fabrication produits finis/Venteenligne	nr	nr

Parashop	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr
Phamarket	Web	np	Parapharmaciesenligne	3 à 10	0 à 10
Pharma Inside	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	nr	nr
Pharmanager Development	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	0 à 2	11 à 50
PHARMANAGER GROUP	Sitewebsynadiet	np	Conseil aux fabricants	3 à 10	11 à 50
Pharmashopdiscount	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr
Physcience	RapportLesEchos	np	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
Phythéa	RapportLesEchos	np	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
PHYTOCEUTIC Laboratoire	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
PileJe	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
PileJe	Sitewebsynadiet	2	Fabrication produits finis	51 à 200	251 à 1000
Plantex	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50
PMA 28	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	3 à 10	11 à 50
POLLENERGIE	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
Ponroy Santé	Sitewebsynadiet	3	Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
PUR ALIMENT	Sitewebsynadiet	np	Importateurs/Distributeurs	11 à 50	0 à 10

PURESSENTIEL FRANCE	Sitewebsynadiet	np	Fabrication produits finis/Venteenligne	51 à 200	51 à 250
PYC Laboratoires	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50
RNI Conseil	Sitewebsynadiet	np	Conséil aux fabricants	0 à 2	0 à 10
Robertet	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>200	251 à 1000
RODAEL Laboratoires pharmaceutiques	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50
Sanofi	RapportLesEchos		1 Fabrication produits finis	>200	>1000
Santediscount	Web	np	Parapharmaciesenligne	0 à 2	0 à 10
SantéVerte	RapportLesEchos		3 Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
Seppic	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	>200	251 à 1000
SOLABIA	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	51 à 200	51 à 250
SOPHIM	Sitewebsynadiet	np	Fabricant ingrédients/matières premières	11 à 50	11 à 50
SOURCE CLAIRE	Sitewebsynadiet		3 Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	0 à 10
Supersmart	Web	np	Parapharmaciesenligne	nr	nr
SVM Laboratoires	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50

SylvieMeaume/SocFrPlaiesCicatrisations	dérivé2	np	Parapharmaciesenligne	np	np
SYMPHONAT	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis/Venteenligne	3 à 10	11 à 50
THALGO Cosmetic Laboratoires B.L.C.	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis/Venteenligne	11 à 50	251 à 1000
THEA Laboratoires	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis	>200	251 à 1000
THERA SANA	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
TRADING POINT	Sitewebsynadiet	np	Conception/façonnage pour marques ext	3 à 10	11 à 50
URGO	Sitewebsynadiet	np	Fabrication produits finis	>200	251 à 1000
VDMJ Conseil	Sitewebsynadiet	np	Conséil aux fabricants	0 à 2	0 à 10
VECTEUR SANTE	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
VEMEDIA CONSUMER HEALTH	Sitewebsynadiet	np	Fabrication produits finis	11 à 50	11 à 50
Viata	Web	np	Parapharmaciesenligne	3 à 10	11 à 50
VIT'ALL+	Sitewebsynadiet		Fabrication produits finis	3 à 10	11 à 50
Vitamonyl	RapportLesEchos	np	Fabrication produits finis	51 à 200	51 à 250

Tableau 24: Cosinus carrés variables toutes activités politiques pour l'ensemble des acteurs de la filière

**Squared cosines of the variables:**

	F1	F2	F3
Totaux Symboliques	<b>0,693</b>	0,000	0,307
Totaux Cognitives	0,150	<b>0,779</b>	0,071
Totaux Représentation intérêts	<b>0,536</b>	0,225	0,239

*The results corresponding to the supplementary variables are displayed in the second part of the table*

*Values in bold correspond for each variable to the factor for which the squared cosine is the largest*

Tableau 25: Cosinus carrés observations toutes activités politiques pour l'ensemble des acteurs de la filière

**Squared cosines of the observations:**

	F1	F2	F3
ACDV	0,110	<b>0,545</b>	0,345
AESGP	<b>0,459</b>	0,448	0,093
AFEP	0,209	<b>0,635</b>	0,156
AFIPA	0,292	<b>0,659</b>	0,048
ARKOPHARMA Laboratoires	<b>0,492</b>	0,219	0,289
BIOCYTE	0,292	<b>0,659</b>	0,048
BOIRON Laboratoires	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Bruegel	0,030	0,391	<b>0,579</b>
CEFIC	0,292	<b>0,659</b>	0,048
ComiteIntNutrition	<b>0,755</b>	0,135	0,110
COSMED	0,209	<b>0,635</b>	0,156
DSM Nutritional products france	0,059	0,037	<b>0,905</b>
EFPIA	0,292	<b>0,659</b>	0,048
EHPM	0,103	0,007	<b>0,889</b>
EXPANSCIENCE Laboratoires	0,027	<b>0,928</b>	0,045
FedEntreprisesBeaute	0,292	<b>0,659</b>	0,048
FondationAirLiquide	0,379	0,052	<b>0,569</b>
FondationFitnessboutique	0,379	0,052	<b>0,569</b>
FondationLescuyer	<b>0,980</b>	0,009	0,011
FondationMerck	0,291	0,075	<b>0,634</b>
FondationNaturex	0,379	0,052	<b>0,569</b>

FondationPileJe	0,321	0,108	<b>0,571</b>
FondationPureessentiel	<b>0,492</b>	0,219	0,289
FondationSanofi	<b>0,625</b>	0,131	0,244
FondationSophia	<b>0,675</b>	0,322	0,003
FondationThéa	0,227	0,071	<b>0,702</b>
FondationUrgo	<b>0,443</b>	0,427	0,131
FoodSupplementsEurope	0,209	<b>0,635</b>	0,156
FranceIndustrie	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Friends of Europe	0,177	0,004	<b>0,819</b>
FVD	0,292	<b>0,659</b>	0,048
G5	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Herbalife	<b>0,492</b>	0,219	0,289
IADSA (IntAlianceDietaryFoodSupplAssoc)	<b>0,921</b>	0,042	0,037
INELDEA Laboratoires	0,209	<b>0,635</b>	0,156
InstArkoDiscipliNaturelles	<b>0,755</b>	0,135	0,110
InstOlgaTribalat	<b>0,897</b>	0,066	0,037
IPRAD SANTE Laboratoires	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Itepmi	<b>0,675</b>	0,322	0,003
Juva Santé	0,119	0,360	<b>0,521</b>
Laboratoires GILBERT	0,064	<b>0,624</b>	0,312
LEA NATURE Groupe - LEA INSTITUT VITAL	<b>0,930</b>	0,058	0,012
LESCUYER Laboratoire	0,292	<b>0,659</b>	0,048
LOG SANTE	0,292	<b>0,659</b>	0,048
MAYOLY SPINDLER Laboratoires	0,012	<b>0,618</b>	0,370
MEDEF	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Merck	0,018	0,105	<b>0,877</b>
MNI - Medical Nutrition International	<b>0,558</b>	0,358	0,083
NATURACTIVE Laboratoires Pierre Fabre	0,110	<b>0,545</b>	0,345
NATUREX	0,292	<b>0,659</b>	0,048
NESTLE HEALTH SCIENCE France	0,168	<b>0,824</b>	0,008
NestleNutriPro	<b>0,443</b>	0,427	0,131
NestleNutritionInstitute	<b>0,921</b>	0,042	0,037
NETQUATTRO	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Noria distribution	0,012	<b>0,618</b>	0,370

Nutricia	0,168	<b>0,731</b>	0,102
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	0,103	0,007	<b>0,889</b>
Phytolia	0,110	<b>0,545</b>	0,345
PileJe	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Sanofi	0,072	<b>0,919</b>	0,009
Science Business	0,292	<b>0,659</b>	0,048
Seppic	0,209	<b>0,635</b>	0,156
SightandLife	0,179	<b>0,820</b>	0,001
SNE - Specialised Nutrition Europe	0,110	<b>0,545</b>	0,345
SNIAA	0,209	<b>0,635</b>	0,156
Synadiet	0,006	<b>0,946</b>	0,048
THEA Laboratoires	0,337	<b>0,594</b>	0,069
URGO	<b>0,897</b>	0,066	0,037
Type Organisation-Répresentant Int.	<b>0,559</b>	0,129	0,311
Type Organisation-Entreprise	0,013	0,091	<b>0,896</b>
Type Organisation-Fondation/Think Tank	<b>0,659</b>	0,198	0,143

*The results corresponding to the centroids of the categories are displayed at the bottom of the table*

*Values in bold correspond for each observation to the factor for which the squared cosine is the largest*

Tableau 26: *Valurs test variables ensemble activités politiques fabricants produits finis*

### Test values (Variables):

	F1	F2	F3
Cluster segmentation-1	<b>5,670</b>	-0,176	<b>3,870</b>
Cluster segmentation-2	0,421	-1,863	<b>-8,044</b>
Cluster segmentation-3	<b>-4,511</b>	1,873	<b>4,729</b>
Niveau APE cognitives-Faible	<b>-6,908</b>	<b>3,376</b>	<b>-2,142</b>
Niveau APE cognitives-Intense	<b>6,848</b>	1,532	0,328
Niveau APE cognitives-Moyenne	<b>2,398</b>	<b>-6,588</b>	<b>2,737</b>

Niveau Ape Rep.Int.-Faible	<b>-6,493</b>	<b>4,096</b>	1,157
Niveau Ape Rep.Int.-Intense	<b>7,199</b>	0,786	-0,132
Niveau Ape Rep.Int.-Moyen	0,951	<b>-6,829</b>	-1,514
Niveau APE Symboliques-Faible	<b>-6,076</b>	<b>-3,321</b>	<b>2,014</b>
Niveau APE Symboliques-Moyen	<b>6,076</b>	<b>3,321</b>	<b>-2,014</b>

*Values displayed in bold are significant at the level  
alpha=0,05*

Tableau 27: Coordonnées standard observations ensemble activités politiques fabricants produits finis

**Standard coordinates  
(Observations):**

	F1	F2	F3
ACM Laboratoire dermatologique	-0,579	0,341	0,539
ARKOPHARMA Laboratoires	3,052	1,283	-1,831
AROMA CELTE - BREZH ALGAE & PLANT	-0,579	0,341	0,539
BAILLEUL Laboratoires	-0,345	-0,027	-1,194
BESINS INTERNATIONAL Laboratoires	-0,345	-0,027	-1,194
BIOCODEX	0,251	0,160	1,017
BIOCYTE	-0,039	-1,975	-1,773
BIOFAR	-0,579	0,341	0,539
BIOSE Industrie	0,251	0,160	1,017
Biothalassol lab	-0,579	0,341	0,539
BOIRON Laboratoires	0,331	-4,014	1,297
CCD Laboratoire	-0,345	-0,027	-1,194
CELL BIOTECH France Centre de Recherches	-0,579	0,341	0,539
Phytothérapiques	-0,579	0,341	0,539

DAYANG	-0,579	0,341	0,539
DENEL-CODIFRA Laboratoire	0,251	0,160	1,017
DIOTER Laboratoire	-0,579	0,341	0,539
EFFIK Laboratoire	-0,345	-0,027	-1,194
EURO SANTE DIFFUSION - PHYTOFRANCE	-0,579	0,341	0,539
EXPANSCIENCE Laboratoires	0,565	-4,382	-0,435
Fénioux	-0,579	0,341	0,539
FITOFORM	-0,579	0,341	0,539
FLAMANT VERT	-0,579	0,341	0,539
FLEURANCE NATURE	-0,345	-0,027	-1,194
FLORAME	-0,345	-0,027	-1,194
FortéPharma	-0,345	-0,027	-1,194
GENEVRIER Laboratoires	-0,345	-0,027	-1,194
GUAYAPI	-0,579	0,341	0,539
Herbalife	3,649	1,470	0,380
HOLISTICA	-0,579	0,341	0,539
INEBIOS Laboratoires	-0,579	0,341	0,539
INELDEA Laboratoires	-0,273	-1,607	-0,041
IPRAD SANTE Laboratoires	-0,579	0,341	0,539
JALDES Laboratoire	0,251	0,160	1,017
Juva Santé	1,252	1,106	0,265
LA DROME PROVENCALE	-0,579	0,341	0,539
LA SOURCE SARL	-0,579	0,341	0,539
LABCATAL Laboratoire	-0,579	0,341	0,539
Laboratoire MOTIMA SAS	-0,579	0,341	0,539
Laboratoire TRADIPHAR	-0,579	0,341	0,539
Laboratoires GILBERT	-0,039	-1,975	-1,773
LEA NATURE Groupe - LEA			
INSTITUT VITAL	1,468	1,275	-0,316
LESCUYER Laboratoire	1,702	0,908	-2,048
LIERAC Laboratoires	-0,345	-0,027	-1,194
LG	-0,579	0,341	0,539
LORICA Laboratoires	-0,579	0,341	0,539

M&L Laboratoires	0,251	0,160	1,017
MARDIS VITAMIN SYSTEM	-0,579	0,341	0,539
Merck	0,701	-0,039	-1,296
MGD Nature	-0,579	0,341	0,539
NATESIS	-0,579	0,341	0,539
NATURACTIVE Laboratoires Pierre Fabre	-0,039	-1,975	-1,773
NESTLE HEALTH SCIENCE France	2,647	0,523	1,131
NETLAB PHARMA	-0,579	0,341	0,539
NETQUATTRO	0,656	0,920	-1,945
NHCO Nutrition	-0,345	-0,027	-1,194
NSH - Groupe ALTEAL	-0,345	-0,027	-1,194
Nutergia	-0,345	-0,027	-1,194
Nutravia	-0,345	-0,027	-1,194
Nutricia	1,907	-1,413	0,654
NUTRIMETICS France	-0,579	0,341	0,539
NUTRISUN - TRIBALLAT NOYAL	1,902	-2,259	2,252
Oenobiol	-0,345	-0,027	-1,194
OMEGA PHARMA France Laboratoires	-0,345	-0,027	-1,194
PHYTOCEUTIC Laboratoire	-0,579	0,341	0,539
PileJe	0,701	-0,039	-1,296
POLLENERGIE	-0,579	0,341	0,539
Ponroy Santé	-0,579	0,341	0,539
Sanofi	3,649	1,470	0,380
SantéVerte	-0,579	0,341	0,539
SOURCE CLAIRE	-0,579	0,341	0,539
SYNPHONAT	-0,579	0,341	0,539
THALGO Cosmetic Laboratoires B.L.C.	-0,345	-0,027	-1,194
THEA Laboratoires	1,902	-2,259	2,252
THERA SANA	-0,579	0,341	0,539
VECTEUR SANTE	-0,579	0,341	0,539
VIT'ALL+	-0,579	0,341	0,539

