



Produits nutraceutiques et suppléments alimentaires – Aperçu de l'industrie et occasions de croissance à l'échelle mondiale

Table des matières

Introduction.....	3
Produits Nutraceutiques, Suppléments Alimentaires, Aliments Fonctionnels.....	5
Que Sont Les Produits Nutraceutiques?	
• Produits Nutraceutiques Les Plus Populaires	
• Les Nombreuses Formes Des Produits Nutraceutiques	
• Réglementation Relative Aux Produits Nutraceutiques	
Que Sont Les Aliments Fonctionnels?	
Que Sont Les Suppléments Alimentaires?	
• Pourquoi Les Gens Prennent-Ils Des Suppléments?	
• Suppléments Alimentaires Les Plus Populaires	
• Nombreux Types De Suppléments	
• Réglementation Relative Aux Suppléments Alimentaires	
Fabricants De Produits Nutraceutiques Et De Suppléments Alimentaire.....	18
Aperçu: Entreprises De Produits Nutraceutiques Et De Suppléments Alimentaires Aux États-Unis	
Aperçu: Entreprises De Produits Nutraceutiques Et De Suppléments Alimentaires Au Canada	
Défis Du Secteur Et Obstacles À La Réussite.....	22
Où Les Consommateurs Achètent-Ils Des Produits Nutraceutiques Ou Des Suppléments Alimentaires?.....	26
Demande Mondiale, Synonyme De Nouveaux Débouchés Mondiaux.....	28
Ressources Américaines Et Canadiennes Sur L'importation Et L'exportation.....	31
Logistique De La Distribution De Produits Nutraceutiques.....	37
Solutions Logistiques Novatrices Et Efficaces	
Conclusion.....	47



Introduction

Bien que le terme «nutraceutique» soit relativement nouveau, les bienfaits de ces produits et ingrédients sont connus depuis des centaines, voire des milliers d'années. Par exemple, l'utilisation du terme [herbe de blé](#) (en anglais seulement) remonte à plus de 5 000 ans. C'est à cette époque que les Égyptiens ont découvert les bienfaits de ce jus naturel sur la santé et l'énergie. Un autre exemple est l'utilisation du mot [échinacée](#) (en anglais seulement) qui remonte à plus de 300 ans. Les peuples autochtones des Plaines utilisaient cette plante pour ses vertus médicinales afin de soigner des maux de dents, des morsures de serpent, la toux, le rhume et la rage.

Les remèdes et les produits de santé naturels sont utilisés depuis longtemps, mais ce n'est qu'en 1989 que cette catégorie a reçu un nom officiel. C'est à ce moment que le Dr Stephen DeFelice a créé le terme [nutraceutique](#) qui, selon le document [Annals of Pharmacology and Pharmaceutics](#), regroupe deux éléments distinctifs: Nutrition – indiquant une composante alimentaire et Pharmaceutique – qui fait référence à un médicament (liens en anglais seulement). Selon la définition du Dr DeFelice, le terme [nutraceutique englobe](#) (en anglais seulement) «toute substance qui est un aliment ou une partie

d'un aliment et qui offre des avantages médicaux ou pour la santé, y compris la prévention et le traitement des maladies».

Toujours selon M. DeFelice, les produits classés dans la catégorie des produits nutraceutiques «peuvent être des nutriments individuels, des suppléments alimentaires, des régimes spécifiques, des aliments de luxe génétiquement modifiés, des produits à base d'herbes et des aliments transformés comme les céréales, les soupes et les boissons». Aujourd'hui, l'industrie des produits nutraceutiques comprend des centaines de milliers de produits utilisés partout dans le monde. Au total, le marché mondial des produits nutraceutiques [s'élevait à 591,1 milliards de dollars](#) (en anglais seulement) en 2024. L'Amérique du Nord (Canada et États-Unis) détenait la plus grosse part de ce marché, soit 35,9 %. La taille du marché mondial devrait croître à un [taux annuel de 7,6 %](#) (en anglais seulement) jusqu'en 2030. Les entreprises qui fabriquent des produits nutraceutiques ont diverses tailles. Il peut s'agir de sociétés mondiales comme Amway et ADM ou d'entreprises plus petites comme [Novotrend](#) et [Promino](#) au Canada (liens en anglais seulement).

Au total, le marché mondial des produits
nutraceutiques s'élevait à

591,1 milliards de dollars

(en anglais seulement) en 2024. L'Amérique du Nord
(Canada et États-Unis) détenait la plus grosse part
de ce marché, soit 35,9 %.



La taille du marché mondial
devrait croître à un taux
annuel de 7,6 % (en anglais
seulement) jusqu'en 2030.

L'industrie a su tirer parti de certaines tendances. Par exemple, le vieillissement de la population mondiale, l'intérêt pour un mode de vie sain, l'augmentation des revenus de la classe moyenne, un accès amélioré à l'information grâce à Internet et la facilité d'achat grâce au commerce électronique et d'autres plateformes d'achat.

Les entreprises américaines et canadiennes du secteur des produits nutraceutiques ont donc pu profiter de l'enthousiasme mondial pour les produits de santé. Toutefois, toute expansion dans un autre pays nécessite une compréhension des conditions du marché local et des exigences réglementaires, ainsi qu'un respect absolu de toutes les exigences douanières.

Bien entendu, une entreprise aura besoin d'une stratégie logistique approfondie pour assurer une livraison sécuritaire, rapide et efficace de ses produits dans les marchés internationaux.

Les sections suivantes donnent un aperçu de l'industrie des produits nutraceutiques et suppléments alimentaires, y compris de l'information sur les produits les plus populaires et les exigences réglementaires. Vous découvrirez également les principales tendances et difficultés, y compris la nécessité de l'efficacité logistique.



Produits nutraceutiques, suppléments alimentaires, aliments fonctionnels



Les différences peuvent être subtiles. Le [Dietary Supplements and Nutraceuticals](#) journal (en anglais seulement) présente une distinction pertinente: «Les suppléments alimentaires et les produits nutraceutiques servent tous deux à améliorer la santé et le bien-être des gens. Toutefois, les suppléments alimentaires sont généralement consommés sous forme de pilules et contiennent des composants uniques comme des vitamines pour pallier une carence quelconque. De leur côté, les produits nutraceutiques prennent habituellement la forme d'aliments, d'herbes ou d'extraits afin de traiter des maladies et des troubles». Les deux catégories peuvent être complémentaires, mais elles peuvent également être une source de confusion. Voici un aperçu de chacune d'elle:





Que sont les produits nutraceutiques?

Dans une entrevue accordée au [New York Times](#), le Dr DeFelice a mentionné ses travaux réalisés au milieu des années 1960 sur la [carnitine](#), une substance naturelle produite dans le foie (liens en anglais seulement). Il s'agissait de sa première expérience dans le domaine des produits nutraceutiques. À l'époque, le Dr DeFelice travaillait comme endocrinologue dans un hôpital de New York. À la suite d'une intuition d'un collègue, il a décidé d'utiliser la [carnitine](#) (en anglais seulement) pour traiter un cas d'hyperthyroïdie. Cette intuition s'est avérée exacte puisque, selon l'article, le traitement a «fait disparaître les symptômes en une semaine, beaucoup plus rapidement que la médication traditionnelle pour la thyroïde, et de façon tout aussi efficace». M. DeFelice a ensuite découvert, par accident, que la carnitine était aussi efficace pour traiter les angines de poitrine, un trouble cardiaque qui cause des douleurs thoraciques et de l'essoufflement. «À mesure que je travaillais sur cette substance, je voyais qu'elle était efficace et j'étais de plus en plus emballé», explique-t-il.

Cette intuition et cet accident ont mené à l'industrie des produits nutraceutiques d'aujourd'hui. Comme l'a clairement expliqué le Dr DeFelice dans sa définition originale, un produit nutraceutique est essentiellement toute substance qui est un aliment ou un aliment dérivé et qui offre des avantages médicaux ou pour la santé, y compris la prévention et le traitement des maladies. Pour en arriver à cette définition, M. DeFelice a fait référence à des preuves de plus en plus nombreuses à l'appui «des avantages potentiels d'une gamme croissante de produits pour le traitement de processus morbides spécifiques qui se multiplient».

Voici quelques exemples (en anglais seulement):

- L'utilisation du **bêta-carotène** pour prévenir certains types de cancer du poumon.
- La **niacine** pour prévenir les crises cardiaques récurrentes.
- La **pyridoxine** pour traiter et prévenir la dépression.
- La **vitamine A** pour traiter la rougeole.
- Le **magnésium** pour traiter l'hypertension.
- L'**ail** pour réduire l'athérosclérose.
- L'**huile de poisson** pour traiter l'hypertension.
- Le jus de **canneberge** pour prévenir les infections urinaires.
- Les **antioxydants** pour réduire les dommages causés par une crise cardiaque.
- **Les oméga-3** (en anglais seulement) pour réduire l'inflammation et traiter la dépression et la maladie d'Alzheimer.
- La **glucosamine** (en anglais seulement), qui peut jouer un rôle dans la formation et la réparation du cartilage et aider à protéger les articulations et les tendons contre les blessures.

Selon le livre [Functional Foods and Nutraceuticals in Metabolic and Non-Communicable Diseases](#) (en anglais seulement), cette liste continue d'évoluer en raison du développement du marché, de la recherche et de l'intérêt des consommateurs. Comme le disent les auteurs: «comparativement aux médicaments sur ordonnance, ces produits sont peu coûteux et faciles à obtenir. Voilà des facteurs qui devraient stimuler la demande».

Produits nutraceutiques les plus populaires

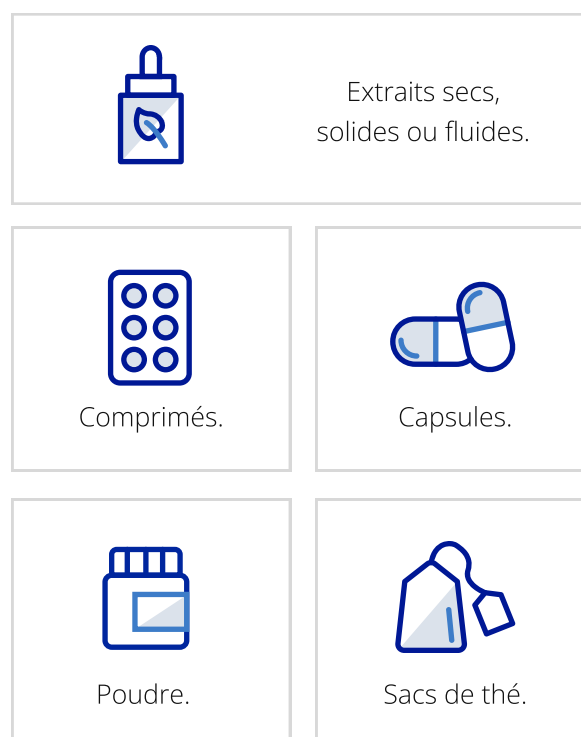
Les probiotiques représentent plus de 25 % des ventes totales de produits nutraceutiques, selon [Tilley Distribution](#) (en anglais seulement). Il s'agit aussi de la catégorie de produits qui affiche la croissance la plus rapide. Voici d'autres produits populaires et leurs principales utilisations, selon [BioThrive Sciences](#) (en anglais seulement):

- **Probiotiques** – maintien ou stimulation de la croissance des bonnes bactéries dans le corps.
- **Vitamines prénatales liquides** – santé prénatale.
- **Vitamine D3** – favorise le développement et le maintien de la santé osseuse et dentaire.
- **Garcinia Cambogia** – perte de poids.
- **Cétone de framboise** – perte de poids.
- **Thé vert** – stimule l'énergie et la vigilance.
- **Échinacée** – combat l'infection, y compris les infections urinaires; sert à traiter les problèmes de peau, y compris l'eczéma et le psoriasis.
- **Acides gras oméga-3** – réduction de l'inflammation et possibilité de diminution du risque de maladies chroniques comme les maladies du cœur, le cancer et l'arthrite.

- **Acide alpha-lipoïque**: perte de poids, traitement des blessures, de l'arthrite rhumatoïde et des douleurs nerveuses causées par le diabète.
- **Vitamine B12** – Aide le métabolisme.

Les nombreuses formes des produits nutraceutiques

Les produits sont offerts sous différentes formes, notamment:



Réglementation relative aux produits nutraceutiques

Comme il s'agit d'une catégorie relativement nouvelle, une définition officielle reconnue à l'échelle mondiale des produits nutraceutiques n'a pas encore été élaborée. Par conséquent, les pays n'ont pas de réglementation harmonisée ou d'entente mutuelle sur la façon de classer ces produits.

Selon le [British Journal of Clinical Pharmacology \(BJCP\)](#) (en anglais seulement), les produits nutraceutiques se trouvent dans une zone grise entre les produits pharmaceutiques et les aliments. L'absence de normes réglementaires partagées sème la confusion chez les consommateurs et crée des problèmes liés à la vérification des allégations en matière de sécurité et de santé puisque les fabricants ne sont souvent pas tenus responsables des effets bénéfiques sur la santé qu'ils revendiquent.

Les efforts visant à mettre en place des normes internationales pour les produits nutraceutiques font l'objet de discussions depuis de nombreuses années. Au début des années 2000, le Dr Stephen DeFelice, le fondateur de la notion, a proposé la création d'une [commission mondiale des produits nutraceutiques](#) (en anglais seulement) afin d'établir des normes pour la recherche clinique quant à la vérification des allégations faites sur les bienfaits de ces produits. En l'absence d'un cadre réglementaire mondial, le [BJCP](#) (en anglais seulement) fait remarquer que de nombreux pays se fient aux «directives concernant la production et la commercialisation des aliments et de leurs produits dérivés» mises en place par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

Afin de présenter un contexte local, vous trouverez ci-dessous un aperçu des exigences réglementaires en vigueur aux États-Unis et au Canada.





États-Unis

Les produits nutraceutiques sont très répandus aux É.-U. et sont régis par la Food and Drug Administration (FDA) [administration des aliments et des médicaments]. Toutefois, étant donné que les produits nutraceutiques ne sont pas considérés comme des médicaments, ils ne sont pas soumis aux mêmes tests avant la mise en marché et processus d'examen rigoureux que les médicaments. Selon le [BJCP](#), la FDA reconnaît plutôt le terme «nutraceutique» et adopte une [approche réglementaire](#) qui se situe entre le traitement des médicaments et des aliments (liens en anglais seulement).

Plus précisément, il incombe aux fabricants d'assurer la sécurité des produits. Les fabricants doivent donc faire en sorte que leurs produits nutraceutiques ne présentent aucun danger avant de les mettre en vente. La FDA peut toutefois prendre des mesures contre tout produit jugé dangereux [après sa mise en marché](#) (en anglais seulement).

Autrement dit, explique [Men's Health](#) (en anglais seulement), les fabricants n'ont pas à prouver que les produits nutraceutiques fonctionnent avant de les vendre. Selon [Tilley Distribution](#) (en anglais seulement), l'absence de réglementation relative aux produits nutraceutiques préoccupe de nombreux consommateurs. Comme le souligne le rapport, «sans analyse réglementaire, il incombe aux fabricants et aux distributeurs de mettre en marché des produits sécuritaires et éthiques». En l'absence de normes officielles, les fabricants se fient sur des normes de qualité élevées en matière d'assurance, d'entreposage et de formulation. Quant aux distributeurs, ils comptent sur les fournisseurs pour assurer l'intégrité de tous les matériaux utilisés dans la création de différents produits nutraceutiques.





Canada

Au Canada, les produits nutraceutiques sont classés comme des suppléments alimentaires et sont assujettis à l'autorité réglementaire de [Santé Canada](#). Les produits sont en vente libre et sont facilement accessibles dans les commerces. En tant que [produits de santé naturels \(PSN\)](#), les produits nutraceutiques sont assujettis au [Règlement sur les produits de santé naturels](#). Selon Santé Canada, ce règlement vise à ce que les Canadiens aient «confiance que les produits qu'ils utilisent sont sécuritaires, efficaces et de haute qualité». Contrairement aux États-Unis, la vente de produits nutraceutiques doit être approuvée par [Santé Canada](#). Une fois la vente approuvée, les produits font l'objet d'un examen continu et sont assujettis aux règlements applicables.

Les [règlements](#) (en anglais seulement) applicables aux produits nutraceutiques comprennent:

- Les produits doivent faire l'objet d'un processus d'approbation préalable à la mise en marché et obtenir une licence de mise en marché.
- Les importateurs commerciaux doivent obtenir un numéro de produit naturel (NPN).
- Les fabricants doivent obtenir une licence d'exploitation pour produire un PSN.
 - Les titulaires de licence doivent surveiller tous les effets indésirables et signaler les réactions graves à Santé Canada.
- Les fabricants doivent se conformer aux exigences de la [Direction des produits de santé commercialisés](#). Entre autres fonctions, celle-ci tient à jour une base de données sur les produits de santé naturels homologués qui permet aux consommateurs de déterminer si un produit a bien reçu une licence de mise en marché et peut être utilisé.
- [Étiquetage](#): Étant donné que les produits nutraceutiques sont en vente libre, [Santé Canada](#) souligne le rôle important que les étiquettes peuvent jouer dans une décision d'achat. «Pour choisir le PSN qui convient le mieux à leurs besoins personnels en matière de santé, les consommateurs comparent généralement les produits et consultent les étiquettes. L'information fournie sur l'étiquette d'un PSN et sa lisibilité sont donc très importantes pour la santé et la sécurité des consommateurs.» Par conséquent, Santé Canada impose des [exigences strictes en matière d'étiquetage](#), y compris un tableau «Info-produit» précis qui répertorie tous les ingrédients, les renseignements posologiques et les utilisations.





Que sont les aliments fonctionnels?

Les aliments fonctionnels sont une sous-catégorie des produits nutraceutiques. On les [définit](#) (en anglais seulement) comme des aliments consommés dans le cadre d'une alimentation habituelle et qui ont démontré des avantages physiologiques ou réduit le risque de maladies chroniques en plus de leur fonction nutritionnelle de base. Selon le [Journal de l'Association médicale canadienne](#) (en anglais seulement), un produit est considéré comme un aliment fonctionnel lorsqu'un ingrédient bioactif se trouve dans l'aliment et peut facilement être intégré à l'alimentation quotidienne d'une personne. Cette catégorie se distingue des produits nutraceutiques, dans lesquels les ingrédients bioactifs ne sont pas intégrés à un aliment et qui prennent habituellement la forme de pilule ou de capsule. Les jus et les produits laitiers enrichis en vitamines, les tomates riches en lycopène et les œufs enrichis en acides gras oméga-3 sont des [exemples](#) (en anglais seulement) d'aliments fonctionnels.

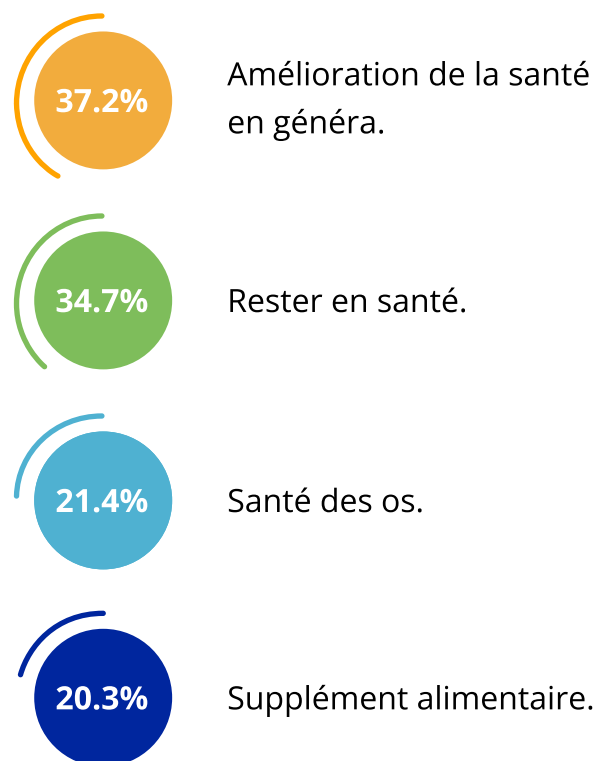


Que sont les suppléments alimentaires?

Des millions de personnes partout dans le monde prennent des suppléments alimentaires pour répondre à des besoins nutritionnels ou à des problèmes de santé spécifiques. Aux États-Unis, [près de 50% des adultes](#) (en anglais seulement) prennent au moins un supplément et ce taux grimpe à plus de 65 % chez les femmes. Au Canada, [Santé Canada](#) indique que près de 75% des adultes utilisent des produits de santé naturels (PSN) et que 57% d'entre eux en font un usage quotidien.

Pourquoi les gens prennent-ils des suppléments?

La plupart des gens qui prennent des suppléments le font de leur plein gré plutôt qu'à la demande d'un médecin. Selon une étude publiée dans [Nutrients](#) (en anglais seulement), la revue libre pour les professionnels de la recherche, les principales raisons de prendre des suppléments sont les suivantes:



Suppléments alimentaires les plus populaires

Une étude publiée en février 2025 par [ConsumerLab.com](#) (en anglais seulement) a révélé que la vitamine D était le supplément le plus populaire pour la dixième année consécutive. Selon [National Institutes for Health](#) (en anglais seulement), bien que la vitamine D joue un rôle important dans la santé des os et la prévention de l'ostéoporose, très peu d'aliments en contiennent. Les gens se tournent plutôt vers les aliments enrichis, comme le lait et les produits laitiers, ainsi que les suppléments oraux pour satisfaire leurs besoins en vitamine D.



Voici les 10 suppléments les plus populaires, selon [ConsumerLab.com](https://www.consumerlab.com) (en anglais seulement):

1. Vitamine D.
2. Magnésium.
3. Huile de poisson/Huile de krill/Huile d'algues/Oméga-3.
4. Multivitamines/multiminéraux (y compris les produits prénataux).
5. CoQ10/Ubiquinol/MitoQ.
6. Probiotiques.
7. Vitamine C.
8. B-Complex.
9. Zinc.
10. Vitamine K.



Nombreux types de suppléments

Selon la FDA, les suppléments sont ingérés et peuvent prendre les formes suivantes:

- Comprimés.
- Capsules.
- Capsules molles.
- Gélules.
- Poudres.
- Barres (seulement si le produit n'est pas représenté comme un aliment).
- Jujubes.
- Liquides.

Réglementation relative aux suppléments alimentaires

Comme la majorité des adultes aux É.-U. et au Canada prennent des suppléments, le gouvernement de chaque pays assume un rôle réglementaire pour assurer la [qualité des produits](#) (en anglais seulement) et l'exactitude des informations figurant sur l'étiquette. Voici un aperçu de l'approche de chaque pays en matière de réglementation des suppléments alimentaires:



États-Unis

Contrairement aux produits nutraceutiques, pour lesquels il n'y a pas de définition gouvernementale, la loi américaine tient compte des suppléments alimentaires. La [Dietary Supplement Health and Education Act de 1994](#) (en anglais seulement) a introduit une définition des suppléments alimentaires qui est encore utilisée aujourd'hui: «Un produit (autre que le tabac) qui n'est pas présenté comme un aliment conventionnel et

- est destiné à compléter l'alimentation;
- contient une vitamine, un minéral, une herbe, une substance botanique ou alimentaire, ou un concentré, un métabolite, un constituant, un extrait ou une combinaison des ingrédients ci-dessus;
- doit être pris par voie orale sous forme de pilule, de capsule, de poudre, de comprimé ou de liquide;
- dont l'étiquette sur le panneau avant indique qu'il s'agit d'un supplément alimentaire».

L'autorité de la FDA en matière de suppléments alimentaires a évolué au fil des ans. Aujourd'hui, les produits sont réglementés comme des aliments en vertu de la [Federal Food, Drug, and Cosmetic Act](#) (en anglais seulement).

Par conséquent, comme pour la surveillance des produits nutraceutiques, la FDA ne prend généralement pas de mesure réglementaire avant qu'un problème survienne avec un produit commercialisé. Toutefois, la FDA a le pouvoir d'agir lorsque les suppléments sont étiquetés incorrectement ou contiennent des ingrédients dangereux (adultérés). Voici un aperçu du processus réglementaire fédéral fourni par [National Institutes of Health \(NIH\)](#) (en anglais seulement): «La FDA est l'agence fédérale qui supervise les suppléments et les médicaments, mais ses règlements pour les suppléments alimentaires sont différents de ceux qui régissent les médicaments sur ordonnance ou en vente libre. Les médicaments doivent être approuvés par la FDA avant d'être vendus ou mis en marché. Les suppléments ne nécessitent pas cette approbation. Il incombe aux fabricants de suppléments de prouver que leurs produits sont sécuritaires et que les allégations figurant sur l'étiquette sont véridiques et non trompeuses. Toutefois, tant que le produit ne contient pas de nouvel ingrédient alimentaire (mis en marché après le 15 octobre 1994), le fabricant n'a pas à fournir cette preuve de sécurité à la FDA avant la commercialisation.

Les étiquettes des suppléments alimentaires peuvent mentionner certains types d'allégations relatives à la santé. Par exemple, les fabricants sont autorisés à dire qu'un supplément est bénéfique pour la santé ou qu'il contribue au maintien d'une partie du corps ou d'une fonction (p. ex., le calcium contribue à la santé osseuse). Ces allégations doivent être suivies de la mention : «La Food and Drug Administration n'a pas évalué cette déclaration. Ce produit n'est pas destiné à diagnostiquer, soigner, guérir ou prévenir des maladies.»

Les fabricants doivent également respecter les [bonnes pratiques de fabrication \(BPF\)](#) (en anglais seulement) qui établissent des normes minimales pour la fabrication, le contrôle des ingrédients, l'emballage, l'étiquetage et la distribution. Quant à l'étiquetage, les suppléments alimentaires doivent comporter un tableau d'information sur le supplément plutôt qu'un tableau sur la valeur nutritive, comme pour les aliments.

Selon [NIH](#) (en anglais seulement), un produit peut être retiré du marché si la FDA détermine qu'il présente un danger pour la santé. La FDA surveille également le marché pour repérer les produits potentiellement illégaux qui pourraient contenir des allégations fausses ou trompeuses.

Les fabricants de suppléments sont surveillés par la [Federal Trade Commission \(FTC\)](#) (en anglais seulement) en ce qui a trait à la publicité et au marketing direct. Il est important de noter que l'objectif de la loi de 1994 était de faciliter l'accès aux suppléments alimentaires plutôt que de limiter la capacité des fabricants à mettre les produits sur le marché. Les suppléments alimentaires sont «présumés sécuritaires», souligne le [Congressional Research Service \(CRS\)](#) (en anglais seulement). Cette approche est très différente des procédures en place pour les additifs alimentaires et les médicaments qui doivent faire l'objet d'un examen rigoureux et être accompagnés de preuves quant à leur innocuité et leur efficacité.





Canada

Comme nous l'avons mentionné dans la section précédente sur la réglementation relative aux produits nutraceutiques, [Santé Canada](#) supervise la réglementation des produits de santé naturels (PSN), qui comprennent les suppléments alimentaires.

Selon le [Journal de l'Association médicale canadienne \(JAMC\)](#) (en anglais seulement), cette réglementation prévoit la mise en place de dispositions «pour les licences d'exploitation et de mise en marché pour les PSN, le respect des bonnes pratiques de fabrication et des exigences en matière d'étiquetage, y compris le nom, la posologie, les ingrédients médicinaux et non médicinaux, les allergènes potentiels et l'exigence d'obtenir un numéro de produit naturel (NPN)».

- **Évaluation avant la mise en marché:** Les PSN doivent faire l'objet d'une [évaluation avant la mise en marché](#) (en anglais seulement) afin de prouver leur innocuité, leur qualité et leur efficacité.
- **Licence de mise en marché:** Tout produit de santé naturel vendu ou importé au Canada doit être assorti d'une [licence de mise en marché](#) de Santé Canada. Un fabricant doit demander une licence. Une fois qu'elle aura autorisé la mise en marché, Santé Canada émettra un [numéro de produit naturel \(NPN\)](#) unique à huit chiffres qui doit figurer sur l'étiquette du produit. Tous les NPN sont répertoriés dans une [base de données sur les produits de santé naturels homologués](#) qui permet aux consommateurs d'examiner les détails d'un produit, notamment:
 - Ingrédients médicinaux.
 - Ingrédients non médicinaux.
 - Posologie.
 - Usages ou fins recommandés.
 - Renseignements sur les risques associés à l'utilisation du produit.

Les titulaires de licence de mise en marché doivent s'assurer de faire appel à un fabricant qui détient une licence d'exploitation (voir ci-dessous).

- **Licence d'exploitation:** Une entreprise qui désire fabriquer des produits de santé naturels au Canada doit demander une licence d'exploitation pour son établissement. Une fois que les exigences de Santé Canada seront respectées, une licence d'exploitation sera émise et la production pourra commencer.



- **Exigences en matière d'étiquetage.** Les [étiquettes](#) doivent comprendre les renseignements suivants:
 - Nom du produit et numéro de licence.
 - Quantité de produit dans le contenant.
 - Liste complète des ingrédients médicinaux et non médicinaux.
 - Utilisation recommandée.
 - Posologie.
 - Avertissements, mises en garde et effets indésirables possibles.
 - Renseignements [sur les allergènes prioritaires](#).
 - *Tableau Info-produit standard.
 - *Exigences particulières en matière de police.
 - *Coordonnées du fabricant, comme un site Web.
 - Bilingue – L'information doit être indiquée en français et en anglais, soit les deux langues officielles du Canada.
 - Exigences particulières en matière d'entreposage.
 - *Nouvelles exigences qui sont mises en [place progressivement](#). Les produits ont jusqu'à juin 2028 pour se conformer aux nouvelles exigences en matière d'étiquetage.
- **Bonnes pratiques de fabrication (BPF):** En 2024, Santé Canada a révisé sa ligne directrice à l'intention des fabricants de produits de santé naturels en ce qui a trait à la fabrication, à l'emballage, à l'étiquetage et à l'entreposage des produits. Ces changements apportés aux [bonnes pratiques de fabrication \(BPF\)](#) actuelles du pays comprennent de [nouvelles exigences](#) (en anglais seulement) en matière de gestion de la qualité, de tenue de registres, de traçabilité, de protocoles d'analyse et de vérification obligatoire des fournisseurs.



Fabricants de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires



Les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires ont connu une croissance fulgurante au cours des dernières décennies. Les fabricants sont présents dans le monde entier, multinationales valant des milliards de dollars, entrepreneurs tiers ou petites entreprises en démarrage.



Aperçu: Entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires aux États-Unis

Les États-Unis dominent la production mondiale de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires, et représentent 28% des revenus du marché des produits nutraceutiques et 39% de celui des suppléments alimentaires.

Marché des produits nutraceutiques aux É.-U.

Selon [Grand View Research](#) (en anglais seulement), la valeur du marché des produits nutraceutiques s'élevait à 163,7 milliards de dollars américains en 2024. On s'attend à ce que la valeur croisse à un taux annuel de 6,2% jusqu'en 2030, année où elle devrait dépasser 235 milliards de dollars américains.

Les [probiotiques](#) (en anglais seulement) représentent 33,3% des revenus totaux des produits nutraceutiques, car les gens veulent profiter des avantages des «bonnes bactéries», comme une meilleure santé gastro-intestinale et les bienfaits pour la santé des femmes.

Les autres catégories populaires comprennent les produits de gestion du poids et de satiété, ainsi que les boissons fonctionnelles et les produits qui visent à répondre aux besoins en matière de santé masculine.

Marché des suppléments alimentaires aux É.-U.

Selon [Grand View Research](#) (en anglais seulement), la valeur du marché des suppléments alimentaires aux É.-U. s'élevait à 53,5 milliards de dollars américains en 2023. Elle devrait croître à un taux annuel de 5,7% jusqu'en 2030. On estime que la valeur de l'industrie en 2030 sera de 78,9 milliards de dollars américains. L'analyse de [Grand View Research](#) (en anglais seulement) révèle que les suppléments pour l'énergie et la gestion de poids sont les plus populaires du secteur et représentent 67,5% du marché. L'analyse indique que l'utilisation de ces produits est motivée par le mode de vie chargé de nombreux Américains. En effet, les consommateurs sont attirés par les avantages potentiels comme la stimulation du métabolisme, l'effet coupe-faim et l'amélioration de l'énergie.

Parmi les autres catégories populaires, on retrouve les multivitamines, les vitamines prénatales et les probiotiques.

Pour ce qui est de la fabrication, de nombreuses entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments se trouvent aux États-Unis.

Le marché regroupe aussi de nombreuses grandes entreprises internationales, ainsi qu'un réseau dynamique de petites entreprises novatrices. Toujours selon [l'analyse](#) (en anglais seulement), il s'agit d'un secteur très concurrentiel, car les fabricants proposent continuellement de nouveaux produits novateurs qui répondent aux besoins et aux préférences spécifiques des consommateurs.

Pour mettre en contexte la croissance explosive du marché aux É.-U., en 1994, lorsque la Dietary Supplement and Health Education Act (DSHEA) a été adoptée, [environ 600 fabricants](#) (en anglais seulement) ont commercialisé environ 4 000 produits. Aujourd'hui, près de 200 000 produits figurent dans la [base de données des étiquettes de suppléments alimentaires](#) (en anglais seulement) de National Institutes of Health.



Aperçu: Entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires au Canada

Les produits de santé naturels, qui regroupent les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires, sont très populaires auprès des gens d'ici; environ 75% de la population en fait un usage régulier.

Marché des produits nutraceutiques au Canada

Le marché des produits nutraceutiques au Canada représente 2,5% de la production mondiale et sa valeur s'élevait à 7,8 milliards de dollars américains en 2023. Le secteur devrait croître à un taux annuel de 8,7% au cours des prochaines années et atteindre 14,03 milliards de dollars américains d'ici 2030. Selon [Grand View Research](#) (en anglais seulement), les aliments fonctionnels représentent 37,6% du secteur canadien des produits nutraceutiques. De plus, plusieurs entreprises participent activement à la recherche et au développement de nouveaux produits. Parmi les autres catégories importantes, on trouve les produits de gestion du poids et de satiété, qui représentent 20,5% des revenus des produits nutraceutiques, ainsi que les produits pour la santé masculine, qui devraient croître à un taux annuel de 15,6% jusqu'en 2030.



Marché des suppléments alimentaires au Canada

Le marché des produits suppléments alimentaires au Canada représente 1,8% de la production mondiale et sa valeur s'élevait à 3,4 milliards de dollars américains en 2024. [Grand View Research](#) (en anglais seulement) prévoit un taux de croissance annuel de 6,9% jusqu'en 2030 et une valeur de 5,04 milliards de dollars américains.

Dans le secteur des suppléments alimentaires, ce sont les vitamines qui dominent; elles représentent 29,4% des revenus de 2024. Parmi les autres catégories importantes figurent les produits à base de plantes, les minéraux, les protéines et les acides aminés, les fibres, les glucides spéciaux et les probiotiques.

Le secteur manufacturier en croissance du Canada dessert non seulement la demande nationale, mais on retrouve aussi ses produits dans les foyers de consommateurs partout dans le monde. Certaines régions, comme Edmonton, ont accueilli favorablement la popularité accrue des produits de santé naturels et encouragent activement les investissements dans la fabrication de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires. Comme on peut le lire sur le [site Web d'une administration locale](#) (en anglais seulement), «la région métropolitaine d'Edmonton a tout ce qu'il faut pour attirer les investissements internationaux dans ce secteur en croissance».

Dans l'ensemble, [l'auditeur général](#) du gouvernement fédéral indique que plus de 91 000 licences de mise en marché ont été délivrées depuis 2004.



Défis du secteur et obstacles à la réussite



Bien que les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires soient très populaires à l'échelle mondiale, plusieurs facteurs peuvent menacer leur succès continu. Voici quelques-uns de ces facteurs:



Évolution des opinions publiques

Étant donné que les produits nutraceutiques et les suppléments sont fabriqués à partir d'aliments et de produits naturels, les gens croient généralement qu'il s'agit d'options sans risque en matière d'alimentation et de santé. Une étude menée en 2023 par le [Council for Responsible Nutrition \(CRN\)](#) (en anglais seulement), une association commerciale de l'industrie des suppléments alimentaires, a révélé que 92% des consommateurs qui utilisent des suppléments les considèrent comme étant essentiels au maintien de leur santé. De ce nombre, 84% affirment faire confiance à l'industrie des suppléments alimentaires.

En fait, selon la [FDA](#) (en anglais seulement): «De nombreux suppléments contiennent des ingrédients qui peuvent avoir des effets importants sur l'organisme.» Par exemple, certains produits peuvent interagir avec des médicaments ou d'autres suppléments, fausser des tests de laboratoire ou avoir des effets dangereux lors d'une procédure chirurgicale. Selon [National Institutes of Health](#) (en anglais seulement), la vitamine K peut réduire la capacité de la warfarine, un anticoagulant, à prévenir la formation de caillot, et les suppléments antioxydants comme les vitamines C et E pourraient réduire l'efficacité de certains médicaments contre le cancer.

Toute augmentation importante des effets néfastes pourrait avoir une incidence sur la popularité des produits de santé naturels auprès du public.



Effets indésirables

Une recherche menée par des [Centers for Disease Control \(CDC\)](#) (en anglais seulement) a révélé que plus de 23 000 visites à l'urgence étaient liées à la prise de suppléments alimentaires. De ce nombre, plus de 2 100 ont nécessité une hospitalisation. Selon les [auteurs de l'étude](#) (en anglais seulement), ces résultats démontrent la nécessité de sensibiliser davantage les consommateurs aux dangers potentiels et de réglementer encore l'industrie.

En raison de l'absence de réglementation, les consommateurs et les fabricants sont exposés aux risques de litige. Selon un rapport du [SupplySide Supplement Journal](#) (en anglais seulement), des entreprises de suppléments alimentaires se sont retrouvées devant les tribunaux pour 58 recours collectifs déposés en 2024 et 62 en 2023. Le rapport souligne que «près de la moitié (45%) des poursuites liées aux suppléments alimentaires en 2024 portaient sur de fausses déclarations, comme la présence d'une mention «démonstré cliniquement», ou de fausses allégations à propos des bienfaits du produit».

Par exemple, en décembre 2024, un [tribunal fédéral](#) a ordonné à [Quincy Bioscience](#), le fabricant du supplément Prevagen, de cesser ses déclarations selon lesquelles le produit améliorerait la mémoire ou les fonctions cognitives (liens en anglais seulement).



Méfiance des consommateurs

Une analyse de [PricewaterhouseCoopers](#) (en anglais seulement) constate une augmentation de la méfiance des consommateurs en raison de l'utilisation de publicités et de stratégies de communication trompeuses par certaines entreprises. L'analyse souligne que les pratiques malhonnêtes de certaines entreprises menacent de salir la réputation de l'ensemble de l'industrie et pourraient se traduire par une réglementation renforcée.



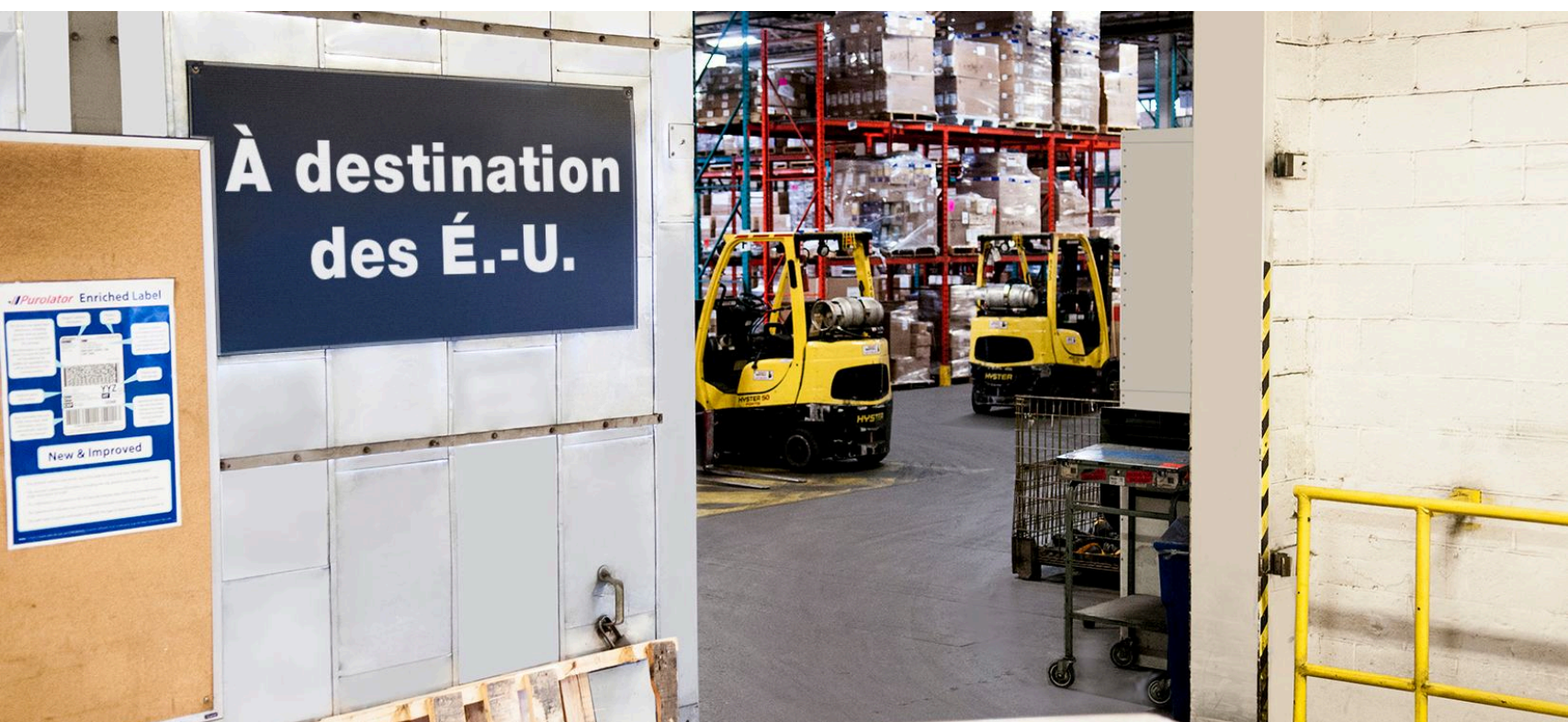
Produits contrefaits

L'analyse de [PricewaterhouseCoopers](#) (en anglais seulement) fait état d'une augmentation du nombre de produits contrefaits qui se sont retrouvés sur le marché. Comme l'indique l'analyse, les produits illicites utilisent des matériaux non standards peu coûteux qui ne sont pas testés ou approuvés par les autorités réglementaires et représentent un défi important pour les fabricants légitimes.



Facteurs liés au commerce mondial

Les fabricants de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires exportent de plus en plus de produits partout dans le monde. Ces entreprises comptent également sur des fournisseurs internationaux pour se procurer des ingrédients, notamment des protéines, des minéraux, des vitamines et d'autres matériaux. Par conséquent, l'industrie est vulnérable à tout changement relatif aux pratiques commerciales mondiales. La série de tarifs d'importation imposée par les États-Unis en avril 2025 n'épargne donc pas ce secteur. Dans le cadre d'un sondage mené peu avant l'annonce des tarifs douaniers, [Nutraceuticals World](#) (en anglais seulement) a révélé que 44 % des fabricants comptaient s'adapter aux augmentations en mettant en place des stratégies de rajustement des prix, 23% prévoyaient diversifier leur base de fournisseurs et 18% ont affirmé qu'ils chercheraient des solutions de rechange pour la fabrication dans leur pays.





Intégrité de la chaîne d'approvisionnement

À mesure que l'industrie prend de l'expansion et que les chaînes d'approvisionnement des fabricants se complexifient, les problèmes liés à la qualité peuvent augmenter. Selon [l'American Medical Association](#) (en anglais seulement), la chaîne d'approvisionnement entre la fabrication et la distribution de suppléments alimentaires peut impliquer plusieurs fournisseurs d'ingrédients, courtiers et fabricants contractuels locaux ou étrangers. La complexité de la chaîne d'approvisionnement peut compromettre la traçabilité des ingrédients et masquer l'identité des parties participant à la production d'un seul supplément.

Aux États-Unis, la FDA inspecte en moyenne seulement [5%](#) (en anglais seulement) des installations de fabrication de suppléments chaque année. De ce pourcentage, la FDA a rapporté qu'en 2022, [40% des installations ne respectaient pas](#) (en anglais seulement) les bonnes pratiques de fabrication en place.

Par ailleurs, un [audit mené par le Bureau du vérificateur général du Canada](#) a révélé que Santé Canada ne vérifiait pas toujours si les installations suivaient les bonnes pratiques de fabrication. Parmi les points à améliorer, l'audit a révélé un niveau élevé de non-conformité aux pratiques de fabrication et des problèmes de qualité des produits dans les établissements visités.





Où les consommateurs
achètent-ils des produits
nutraceutiques et des
suppléments alimentaires?

Contrairement aux produits pharmaceutiques, les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires ne nécessitent pas de prescription et sont généralement vendus dans les supermarchés, les pharmacies, les dépanneurs et en ligne. Comme le rapporte le [Council for Responsible Nutrition \(CRN\)](#) (en anglais seulement), les consommateurs profitent de la facilité d'achat et leurs préférences sont les suivantes:

- Grandes surfaces (p. ex., Walmart, Target) **46%**.
- Pharmacie **39%**.
- Supermarché **24%**.
- Club-entrepôt **21%**.
- Détaillant spécialisé en vitamines (p. ex., magasins de produits naturels) **18%**.

En ce qui concerne le commerce électronique, le CRN indique que près de 80% des consommateurs de suppléments ont acheté leurs produits auprès d'Amazon au cours de la dernière année. Parmi les autres options en ligne, on compte 22% des consommateurs qui achètent directement sur le site Web d'un fabricant et 23% qui ont acheté chez d'autres détaillants en ligne.



Demande mondiale,
synonyme de nouveaux
débouchés mondiaux



Les fabricants américains et canadiens veulent répondre à la demande mondiale en produits nutraceutiques et suppléments alimentaires en trouvant des clients à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Prenons l'exemple de [Fruit d'Or](#), une entreprise québécoise qui possède une part de 60% du marché mondial de la canneberge biologique et qui mentionne que l'Europe, suivie de la Chine, sont ses plus grands marchés. «Il y a trois ans, notre situation était totalement différente, mais le marché évolue rapidement», explique le directeur des ventes de l'entreprise sur le [site Web de Fruit d'Or](#).

Il semble que le marché évolue partout. [Grand View Research](#) (en anglais seulement) donne un aperçu des activités importantes sur la scène internationale:

Pays	Produits nutraceutiques Part de marché en pourcentage/TCAC (jusqu'en 2030)	Produits nutraceutiques Revenus du marché en 2023 (en dollars américains)	Suppléments alimentaires Part de marché en pourcentage/TCAC (jusqu'en 2030)	Revenus du marché des suppléments alimentaires en 2023 (en dollars américains)	Principaux segments
États-Unis	<u>27,9%</u> TCAC de 7,5%	88,3 milliards de dollars	<u>29,3%</u> TCAC de 5,9%	54,8 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Canada	<u>2,5%</u> TCAC de 8,6%	7,8 milliards de dollars	<u>1,8%</u> TCAC de 6,9%	5,0 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Mexique	<u>4,5%</u> TCAC de 9,1%	14,4 milliards de dollars	<u>0,9%</u> TCAC de 6,3%	1,7 milliard de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Brésil	<u>2,7%</u> TCAC de 11,2%	8,6 milliards de dollars	<u>3,4%</u> TCAC de 9,8%	6,4 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Inde	<u>8,5%</u> TCAC de 13,4%	26 milliards de dollars	<u>3,6%</u> TCAC de 14,4%	6,7 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Japan	<u>3,5%</u> TCAC de 14,2%	11,1 milliards de dollars	<u>10,8%</u> TCAC de 13,2%	20 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Chine	<u>11%</u> TCAC de 10,5%	34,4 milliards de dollars	<u>14,7%</u> TCAC de 12,5%	27,4 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
France	<u>2,5%</u> TCAC de 9,3%	7,8 milliards de dollars	<u>2,2%</u> TCAC de 6,7%	4,1 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Allemagne	<u>5,0%</u> TCAC de 7,7%	15,8 milliards de dollars	<u>3,6%</u> TCAC de 7,4%	6,7 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines
Royaume-Uni	<u>4,3%</u> TCAC de 8,4%	13,7 milliards de dollars	<u>2,2%</u> TCAC de 7,9%	4,1 milliards de dollars	-Probiotiques -Vitamines

En raison de l'engouement mondial lié aux produits nutraceutiques et suppléments alimentaires, les fabricants ont de belles occasions de percer de nouveaux marchés. Pour les entreprises des É.-U. et du Canada, il peut s'agir de tirer parti de la proximité des deux pays et des relations commerciales existantes pour saisir des occasions transfrontalières. De plus en plus, les entreprises se tournent vers les marchés au-delà de l'Amérique du Nord pour tirer parti des occasions de commerces mondiales grâce au commerce électronique ou à l'établissement de

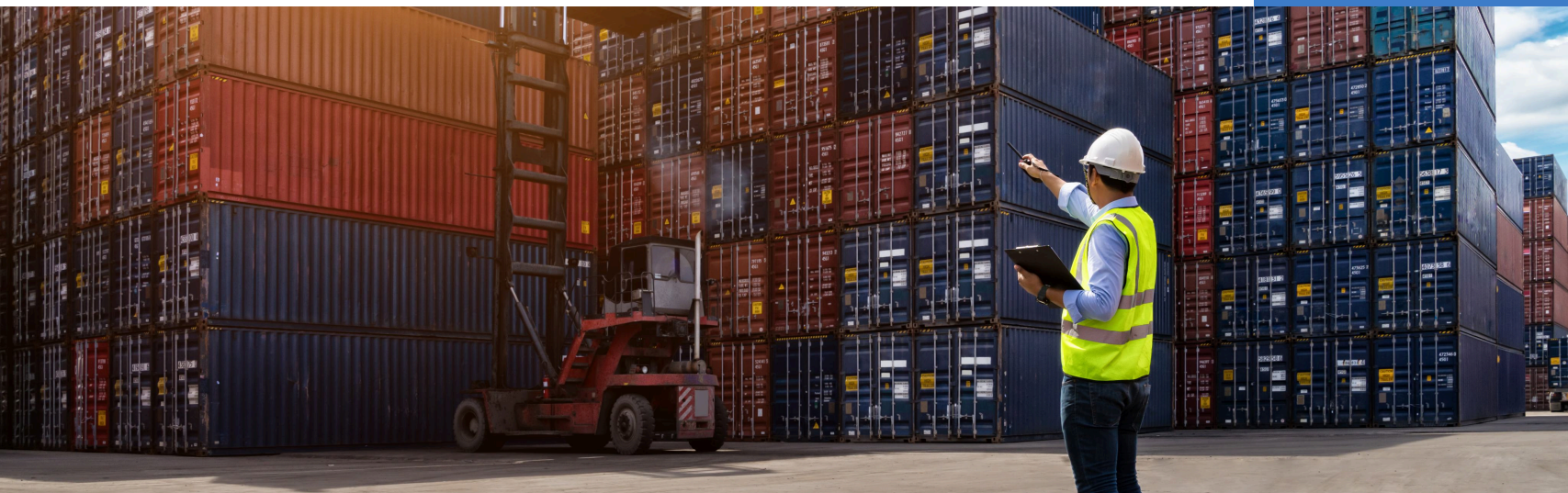
relations avec des détaillants et des fournisseurs dans ces marchés. Le tableau ci-dessus le montre clairement: le monde regorge de consommateurs, de fabricants, de fournisseurs et de partenaires.

Pour avoir du succès sur le marché mondial, il faut toutefois une planification soignée qui tient compte des nuances du marché et des exigences douanières. Point essentiel: la réussite passe par une stratégie logistique complète qui tient compte des besoins en matière d'expédition des produits nutraceutiques et suppléments alimentaires.



Ressources américaines et canadiennes sur l'importation et l'exportation





Les gouvernements des É.-U. et du Canada offrent de nombreuses ressources aux entreprises qui souhaitent exploiter des occasions commerciales internationales.

Accords de libre-échange

Pour partir du bon pied, il convient de passer en revue les accords de libre-échange de chaque pays. Il s'agit des accords conclus avec d'autres pays qui visent à réduire ou éliminer les obstacles au commerce afin de promouvoir les activités commerciales. Les entreprises américaines et canadiennes connaissent sans doute [l'Accord Canada-États-Unis-Mexique \(ACEUM\)](#) (en anglais seulement), qui établit les modalités du commerce entre les trois pays, y compris l'exemption de droits de douane pour les produits admissibles. Cet accord, qui est entré en vigueur en 2020, a remplacé l'Accord de libre-échange nord-américain, qui était en vigueur de 1994 à 2020.

Outre l'ACEUM, les accords de libre-échange permettent aux entreprises des É.-U. et du Canada d'accéder à des dizaines d'autres marchés. En ce moment, le Canada est partie prenante de [15 accords de libre-échange](#) qui lui ouvrent un marché de [1,5 milliard de consommateurs](#) dans le monde, qui représente plus de 60 % du PIB à l'échelle internationale.

Cela comprend [l'Accord de partenariat transpacifique global et progressiste \(PTPGP\)](#), qui facilite le commerce entre le Canada et plus de 500 millions de consommateurs dans 11 autres pays, notamment l'Australie, le Japon, Singapour et, plus récemment, [le Royaume-Uni](#). Pour leur part, les États-Unis sont signataires de [14 traités de libre-échange](#) qui régulent les échanges commerciaux avec 20 pays.

Ressources américaines sur l'importation et l'exportation

Les fabricants américains ont accès à des ressources documentaires, notamment :

Renseignements de base: L'agence [U.S. Customs and Border Protection \(CBP\)](#) (en anglais seulement) offre de nombreux renseignements sur l'importation et l'exportation en provenance et à destination des États-Unis. Les fabricants de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires peuvent utiliser ces renseignements pour se familiariser avec les exigences douanières, y compris les types de renseignements et de documents requis. En général, les documents requis comprennent une facture commerciale et des renseignements spécifiques sur l'envoi, y compris un code de classement tarifaire, la valeur du produit et un pays d'origine précis.

- **Organismes gouvernementaux partenaires:**

En plus de la CBP, les envois contenant des produits nutraceutiques et des suppléments alimentaires devront faire l'objet d'un examen de la [Food and Drug Administration](#) (en anglais seulement) et possiblement d'autres organismes gouvernementaux. Ces [organismes gouvernementaux partenaires](#) (en anglais seulement) se composent des dizaines d'entités qui ont autorité sur les importations et les exportations de produits qui relèvent de leur compétence. En ce qui a trait aux produits nutraceutiques et aux suppléments alimentaires, les [exigences de la FDA](#) (en anglais seulement) assurent un étiquetage adéquat, l'utilisation d'ingrédients approuvés et le respect des normes relatives aux bonnes pratiques de fabrication, entre autres facteurs.

- **Centres d'excellence et d'expertise:** Les entreprises peuvent s'assurer de respecter toutes les exigences douanières en consultant le [centre d'excellence et d'expertise](#) (en anglais seulement) approprié. La CBP exploite 10 centres différents, chacun dédié à des secteurs précis. Chaque centre compte une équipe spécialisée qui offre des conseils et des instructions pour l'importation et l'exportation de produits qui relèvent de sa compétence. Selon les ingrédients et les caractéristiques d'un produit, les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires peuvent relever du centre de New York, qui se spécialise dans les produits pharmaceutiques, de santé et chimiques, ou du centre de Miami, qui supervise les envois de produits agricoles et préparés.



Guides commerciaux par pays: L'International Trade Administration des É.-U. offre des [guides commerciaux par pays](#) (en anglais seulement) détaillés pour plus de 125 pays. Chaque guide donne un aperçu des conditions du marché, des occasions de l'industrie, des secteurs de pointe, de l'environnement réglementaire et des douanes.

Études de marché internationales. Les entreprises peuvent consulter des [rapports de renseignements sur le marché international](#) (en anglais seulement), également produits par l'International Trade Administration, pour se tenir au courant des données sur le marché et des occasions potentielles dans des dizaines de pays.

Rapport national sur les barrières commerciales: Le Bureau du Représentant au commerce des États-Unis publie le [Rapport national sur les barrières commerciales](#) (en anglais seulement), un rapport annuel détaillant les obstacles au commerce international auxquels font face les exportateurs des É.-U., ainsi que les mesures prises par le Bureau pour les éliminer. Le plus récent numéro de ce rapport a été publié en mars 2025.

Centres d'aide à l'exportation aux États-Unis: La Small Business Administration exploite un réseau de [centres d'aide à l'exportation](#) (en anglais seulement) aux États-Unis qui soutiennent les petites entreprises souhaitant exploiter des occasions d'exportation.

Cette liste partielle s'ajoute aux ressources sur l'importation et l'exportation offertes par chaque État et souvent, par l'entremise d'organisations commerciales, notamment la [U.S. Chamber of Commerce](#), la [Consumer Healthcare Products Association](#) et le [Council for Responsible Nutrition](#) (liens en anglais seulement).

Ressources canadiennes sur l'importation et l'exportation

Les entreprises canadiennes peuvent en apprendre davantage sur les exigences en matière d'importation ou d'exportation et trouver des occasions potentielles à l'échelle internationale au moyen de ressources, notamment:

Renseignements de base: [L'Agence des services frontaliers du Canada \(ASFC\)](#) publie des renseignements détaillés sur les processus d'importation et d'exportation de marchandises commerciales du Canada. Cette information est disponible en ligne, mais voici un aperçu.





Pour les importations, les étapes à suivre sont les suivantes:

1. Obtenir un numéro d'entreprise auprès de [l'Agence du revenu du Canada](#).
2. Créer un compte dans la [Gestion des cotisations et des recettes de l'ASFC \(GCRA\)](#), le système officiel de perception des droits et des taxes.
3. Identifier les marchandises à importer et recueillir le plus d'information possible sur ces produits.
4. Déterminer si vous aurez recours aux services d'un courtier en douanes agréé. Les courtiers en douanes facilitent le processus d'importation en offrant les services suivants:
 - Supervision de la mainlevée des marchandises effectuée par l'ASFC;
 - Paiement des droits;
 - Préparation et transmission des documents requis;
 - Tenue de dossiers;
 - Répondre aux préoccupations de l'ASFC.
4. Déterminer le pays d'origine des marchandises que vous importez.
5. Déterminer le bon code de classement tarifaire, conformément à la liste du [Tarif des douanes canadien](#).
6. Déterminer si les marchandises font l'objet d'une surveillance supplémentaire. Comme c'est le cas aux É.-U., les marchandises canadiennes peuvent faire l'objet d'une surveillance par des organismes gouvernementaux appelés «[Autres ministères et organismes gouvernementaux](#)». Dans le cas des produits nutraceutiques et des suppléments alimentaires, il pourrait être nécessaire de respecter les protocoles de [Santé Canada](#) et de [l'Agence canadienne d'inspection des aliments](#), et possiblement d'autres entités ayant un pouvoir de réglementation.



Pour les exportations, les étapes à suivre sont les suivantes:

1. Identifier les marchandises que vous exportez. Il s'agit notamment de déterminer si les marchandises sont admissibles à l'exportation et si elles sont autorisées à entrer dans le pays en question.
2. Déterminer si vous avez besoin d'une déclaration d'exportation ou d'un permis en vous fiant aux définitions d'une [marchandise réglementée](#), d'une [marchandise spéciale](#) et d'une [marchandise régulière](#). Selon l'ASFC, la plupart des produits nécessitent une déclaration d'exportation. Voici deux exceptions courantes:
 - Les marchandises exportées pour être consommées aux États-Unis;
 - Marchandises sans restriction d'une valeur inférieure à 2 000\$ CA.
3. Soumettre la déclaration d'exportation avec des renseignements précis, notamment:
 - Un numéro d'entreprise valide émis par [l'Agence du revenu du Canada](#);
 - Numéro de classement tarifaire de la liste du [Tarif des douanes canadien](#).
4. Déterminer laquelle des deux méthodes de déclaration de l'ASFC sera utilisée pour soumettre la déclaration d'exportation. Voici les options:
 - [Système canadien de déclaration des exportations \(SCDE\)](#).
 - [Déclaration d'échange de données informatisé des exportations du G7 \(EDI du G7\)](#).
5. Une fois la soumission effectuée, le SCDE et le système EDI du G7 émettront un numéro de preuve de déclaration. Ce numéro doit être fourni au transporteur de l'envoi.

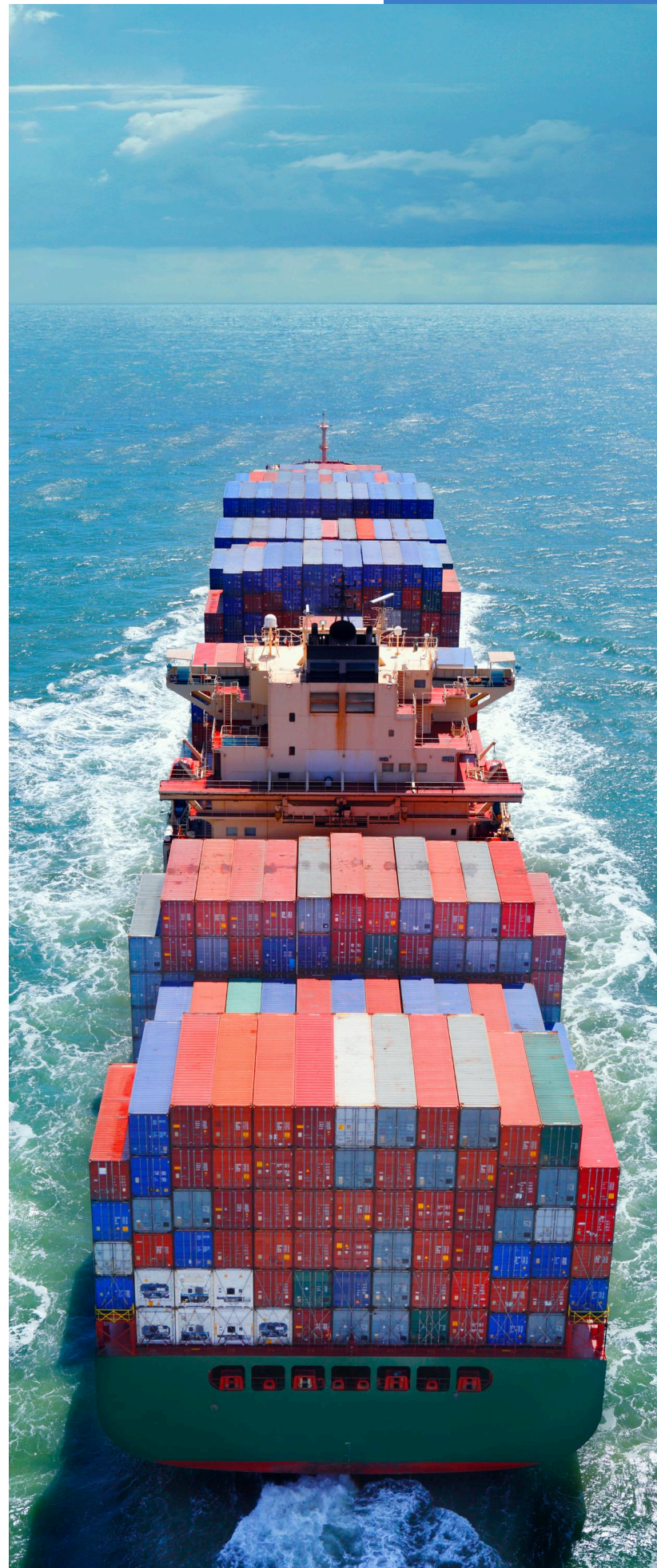
Aperçus propres aux pays. Le Service des délégués commerciaux produit des [aperçus détaillés du marché](#) de plusieurs dizaines de pays. Chaque aperçu comprend un résumé du marché ainsi que des renseignements sur les industries et secteurs clés, et des mises à jour sur les relations commerciales du Canada avec ce pays.

Guides sur l'exportation. Le Service des délégués commerciaux publie également en ligne une [série de guides](#) qu'une entreprise peut utiliser pour élaborer sa stratégie d'exportation. Voici quelques-uns des sujets:

- Commerce électronique.
- Accords de libre-échange du Canada – Aperçu régional.
- Occasions de financement internationales.

Bureaux de délégués commerciaux. Les entreprises peuvent visiter un ou plusieurs des [160 bureaux de délégués commerciaux](#) situés partout au pays. Les bureaux sont occupés par des professionnels du commerce chevronnés qui offrent des conseils et des renseignements sur les occasions internationales pour une entreprise ou un secteur en particulier.

Contrôles à l'exportation et de l'importation: Affaires mondiales Canada fournit une liste à jour de tous les produits assujettis aux [contrôles à l'importation et à l'exportation](#). Si un produit est contrôlé, des renseignements sont fournis au sujet des autorisations et des exigences additionnelles qui doivent être respectées afin d'obtenir les permis ou les licences nécessaires. Cette liste partielle de ressources du gouvernement fédéral s'ajoute à l'aide liée au commerce offerte par chaque province. En outre, les fabricants de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires peuvent consulter des organisations commerciales comme [l'Association canadienne des aliments de santé](#) et la [Chambre de commerce du Canada](#).



Logistique de la distribution de produits nutraceutiques



Les entreprises américaines et canadiennes qui envisagent de percer les marchés internationaux doivent intégrer une stratégie de logistique complète à leur processus de planification. Après tout, sans plan solide pour assurer la ponctualité et la qualité des livraisons aux clients, peu importe où ils se trouvent dans le monde, une entreprise est essentiellement désavantagée lorsqu'elle se lance sur les marchés internationaux. Il est donc important de choisir un fournisseur de services logistiques qui dessert non seulement les régions géographiques requises, mais qui le fait en employant des solutions novatrices qui répondent aux besoins uniques de l'industrie des produits nutraceutiques.



Quels sont exactement ces besoins uniques? Voici quelques points à considérer:



Exécution omnicanale.

Les consommateurs ont démontré une préférence marquée pour une stratégie complète lorsqu'il est question de l'endroit et de la façon d'acheter les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires. Par exemple, les magasins traditionnels ainsi que les options de commerce électronique, y compris les achats en ligne auprès de détaillants internationaux. Le commerce électronique mondial est en hausse et on s'attend à ce que les ventes transfrontalières atteignent [3,3 billions de dollars américains](#) (en anglais seulement) d'ici 2028. Cette tendance s'explique par le fait que de plus en plus de personnes au monde ont accès au commerce en ligne et que les détaillants prennent de l'expansion à l'étranger. Bien que le secteur des produits nutraceutiques tirera certainement parti des occasions liées au commerce électronique, y compris les services d'abonnement en ligne, les

consommateurs préfèrent acheter leurs produits en magasin. Dans cette optique, les entreprises qui veulent percer les marchés internationaux doivent compter sur une stratégie de gestion des stocks minutieuse, ainsi que sur des solutions logistiques souples pouvant répondre à un vaste éventail de besoins de service, partout dans le monde.



Considérations réglementaires.

Les envois de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires sont assujettis à de nombreuses règles en ce qui a trait aux ingrédients, à la sécurité des produits, aux allégations relatives à la santé, aux pratiques de fabrication, à l'étiquetage et à la tenue de dossiers, entre autres exigences. Les règlements varieront chaque fois qu'un produit traverse une frontière internationale. Les entreprises doivent avoir des processus infaillibles en place pour déterminer toutes les obligations réglementaires, assurer une pleine conformité et superviser la production des documents requis ainsi que la tenue appropriée des registres.



Gestion des stocks.

Les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires contiennent souvent des ingrédients ayant une date de péremption stricte. En ce sens, les entreprises doivent avoir une visibilité complète sur leurs stocks, y compris un accès en temps réel aux dates de péremption et la capacité de segmenter les produits en fonction de la demande des consommateurs.



Emballage adéquat.

Les produits sont offerts dans une variété de contenants et de formes, y compris des jus et des frappés, des pilules et des capsules, ainsi que des céréales et des poudres emballées. Tous les produits doivent être expédiés dans un emballage approprié qui assure leur sécurité, réduit le risque de dommages et respecte les exigences réglementaires.



Commerce électronique et exactitude en matière d'exécution des commandes.

Comme le commerce électronique gagne toujours en popularité, les entreprises de produits nutraceutiques et suppléments alimentaires doivent prendre des mesures pour assurer l'exactitude de l'exécution des commandes.

De plus, étant donné que les consommateurs achètent souvent plusieurs produits au cours d'une seule visite en ligne, les entreprises doivent s'assurer de la disponibilité des stocks afin de pouvoir traiter une commande en un seul colis. Ainsi, elles peuvent éviter les coûts additionnels associés à plusieurs envois, réduire l'emballage et mieux répondre aux attentes des consommateurs.



Gestion des retours et élimination sécuritaire.

Les entreprises doivent aussi s'attendre à recevoir un volume de retours de produits. Les entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires doivent avoir un plan de gestion des retours qui tient compte des produits qui ont été ouverts, partiellement consommés ou qui ont dépassé la date limite et ne peuvent pas être revendus. Ces produits doivent être éliminés au moyen d'un processus sécuritaire qui respecte toutes les exigences réglementaires, y compris la tenue appropriée de registres.



Sécurité des envois.

Le vol de fret a atteint [des niveaux sans précédent](#) (en anglais seulement) en 2024. En effet, les voleurs utilisent des méthodes toujours plus complexes pour voler des produits à différentes étapes du processus de distribution. Les produits de consommation, y compris les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires, sont particulièrement vulnérables puisqu'ils sont très populaires et peuvent être vendus rapidement sur un marché secondaire. Le vol de colis est un problème mondial et par conséquent, la sécurité doit être une priorité pour toute entreprise qui effectue des ventes transfrontalières.





Solutions logistiques novatrices et efficaces

Les fournisseurs de services logistiques ont répondu aux besoins des entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires au moyen de [solutions de plus en plus sophistiquées](#). Par exemple, la capacité d'assurer la livraison à temps aux consommateurs et aux entreprises pratiquement partout dans le monde.

Toutefois, les entreprises ne sont pas toutes identiques. Chaque entreprise devra donc passer en revue les capacités d'un fournisseur de services logistiques pour s'assurer qu'il correspond à ses besoins en matière de service. Pour de nombreuses entreprises de produits nutraceutiques et suppléments alimentaires, [Purolator est le choix logique](#) pour leurs besoins d'expédition à l'international. Ces besoins peuvent porter sur les expéditions entre les États-Unis, le Mexique et le Canada, ainsi que sur les produits destinés aux marchés étrangers. Comme ces entreprises l'ont compris, Purolator propose d'importantes capacités partout dans le monde, et ce, avec les plus hauts niveaux d'efficacité, de responsabilisation et de fiabilité. Voici quelques avantages de Purolator:

- **Des solutions personnalisées.** Chaque client de Purolator participe à une consultation approfondie au cours de laquelle des renseignements détaillés sont échangés au sujet des activités et des priorités de l'entreprise. Ces renseignements servent de base à l'élaboration d'une solution personnalisée qui répond aux besoins et aux particularités de l'entreprise.

Les composantes du plan peuvent comprendre, entre autres, des cueillettes en soirée ou une solution hybride alliant les services aériens et routiers pour les livraisons urgentes. Une autre option pourrait permettre aux entreprises américaines d'exécuter les commandes du marché canadien à partir d'un centre de distribution aux É.-U. Il n'y a pas deux solutions identiques. Les entreprises sont plutôt assurées de trouver des solutions novatrices qui répondent à leurs besoins précis, peu importe où une livraison doit être effectuée.

- **Un vaste portefeuille de services.** Purolator accorde depuis longtemps la priorité aux besoins d'expédition uniques des produits de soins de santé, y compris les produits nutraceutiques et les suppléments alimentaires. Cet engagement à prendre toutes les précautions nécessaires commence par une étiquette H+ qui identifie chaque envoi et assure un traitement prioritaire. Chaque colis comporte également un code à barres intégré qui contient les renseignements d'identification, ce qui permet une visibilité et un contrôle en temps réel tout au long du processus de distribution. L'autocollant H+ est particulièrement utile en fin de parcours, car les envois reçoivent un traitement supplémentaire, par exemple, des livraisons à l'intérieur, une chaîne de contrôle ou une manutention spéciale, entre autres services.

Les entreprises peuvent accéder au vaste portefeuille de services de Purolator pour choisir la solution idéale pour leurs envois. Pensons, par exemple, à un [service de livraison de produits essentiels](#) pour les envois urgents, de grande valeur ou fragiles, à des services de messagerie pouvant livrer les commandes en ligne aux domiciles des consommateurs ainsi qu'à des

livraisons justes à temps aux installations de fabrication, établissements de santé ou centres d'expédition; à des services de transport de fret et à des services de livraison en fin de parcours qui accordent la priorité à la manutention spéciale ou toute combinaison de ces services. Les entreprises peuvent compter sur Purolator pour obtenir des services complets pratiquement partout dans le monde. Une seule entreprise de logistique, plusieurs options de service, une présence à l'international, une visibilité complète et un service garanti.

- **Des plateformes omnicanales.** [Les services omnicanaux](#) (en anglais seulement) nécessitent des capacités logistiques particulières, y compris l'entreposage, les services d'exécution des commandes, l'allocation et la gestion des stocks. Purolator gère la diversité des besoins omnicanaux qui peuvent comprendre ce qui suit:
 - Achat en ligne et cueillette en magasin (cliqué-retiré)
 - Achat en ligne et expédition à partir du magasin
 - Achat en ligne et retour en magasin
 - Transferts entre magasins

- **Nombreuses options de cueillette pour les clients.** La souplesse et la commodité figurent toujours parmi les priorités des consommateurs quant à l'endroit et au moment de la réception des colis. Au Canada, Purolator répond à ces attentes grâce à son vaste réseau de plus de [3 000 points d'accès](#) qui regroupe notamment les établissements suivants:

- Centres d'expédition de Purolator.
- Agents d'expédition autorisés.
- Boîtes de dépôt, casiers et kiosques.
- Partenariats avec des magasins de détail et des fournisseurs tiers de services de dépôt ou de cueillette.

Vaste éventail d'options de suivi et de livraison.

Les expéditeurs commerciaux ont la possibilité de créer un profil dans la plateforme [Purolator Vision](#) afin de profiter d'une visibilité de bout en bout pour le suivi des envois. Les expéditeurs peuvent notamment accéder en temps réel au tableau de bord pour obtenir des renseignements essentiels sur la livraison et des mises à jour sur l'état, ainsi que des avis proactifs sur l'expédition.



Principales caractéristiques de Purolator Vision pour les envois de grandes entreprises



Suivi des colis en
temps quasi réel



Visibilité de tous les
colis recommandés
de Purolator



Suivi et rapports
d'exception pour
les envois



Satisfaction accrue
de la clientèle et
réduction du nombre
de demandes
de soutien



Personnalisation et
sauvegarde des
affichages utilisateurs
et des formats de
rapport



Avis proactifs
sur vos envois



Découvrez Purolator Vision
et comment vous et votre
entreprise pouvez tirer
profit de plateforme grâce à
des rapports d'expédition et
de livraison simplifiés.

Voici une autre solution: [Mes choix PurolatorMC](#).

Cette solution permet aux expéditeurs et aux destinataires de personnaliser leurs préférences de livraison afin qu'ils ne ratent jamais une livraison. Parmi ses principales capacités, citons:

- Autorisation de livraison sans signature.
- Options pour ajouter des renseignements sur le lieu de livraison, comme le code d'interphone.
- Capacité de choisir le lieu de dépôt de livraison préféré (p. ex., porte avant, garage).
- Capacité de fournir des directives précises, même si l'envoi est en route.
- Option À retenir pour cueillette, qui permet aux destinataires de sélectionner un lieu de cueillette privilégié parmi plus de [3.000 points d'accès](#) au Canada.

Principales caractéristiques de Mes choix Purolator pour les livraisons à domicile et les entreprises



Visibilité complète du
parcours de l'envoi



Prochaines étapes claires
pour les tentatives de
livraison infructueuses



Préférences de
livraison
personnalisables



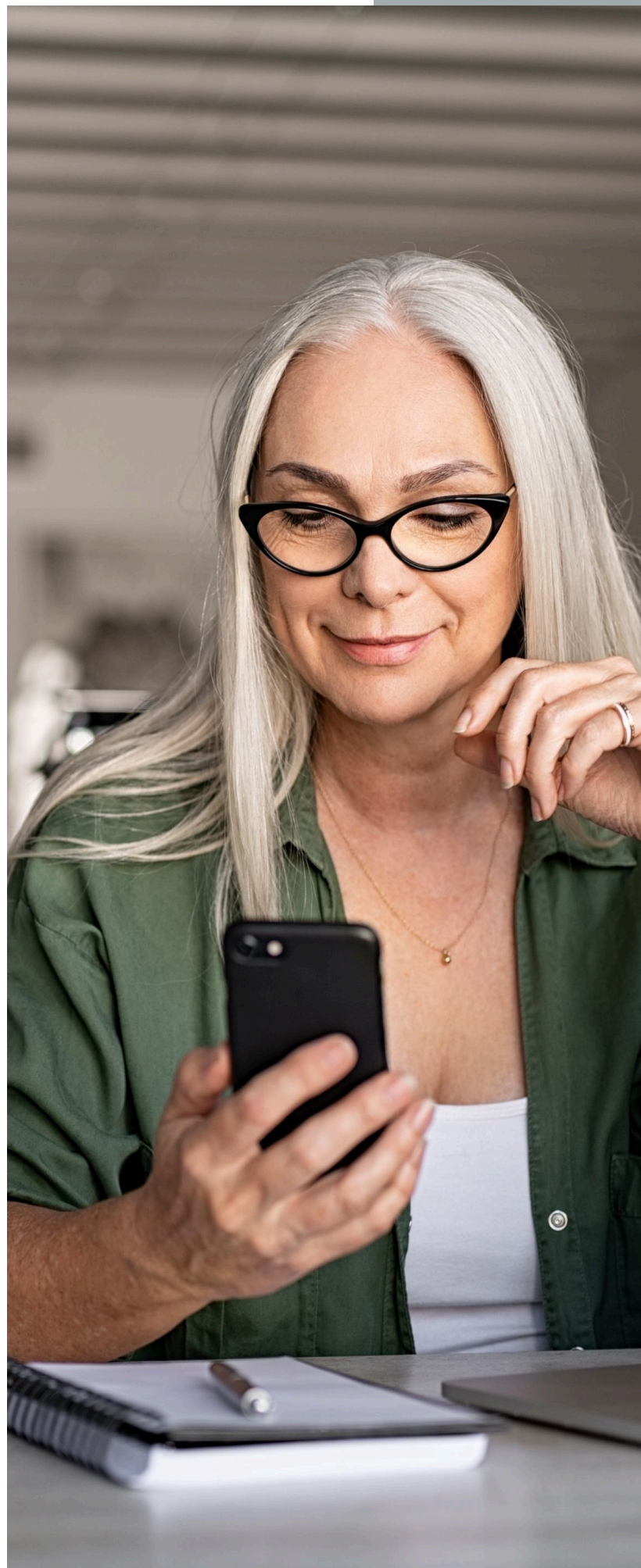
Option d'autorisation
de livraison sans
signature*



Aucune application
à télécharger



Preuve de livraison
avec photo



- **Segmentation de l'inventaire.** Les entreprises de produits nutraceutiques et de suppléments alimentaires doivent surveiller attentivement les stocks afin de respecter les dates d'expiration des produits, de réapprovisionner les produits les plus populaires et d'avoir facilement accès aux articles qui s'écoulent plus lentement. Purolator aide les entreprises en leur fournissant des prévisions fondées sur la technologie, ce qui leur permet de faire le suivi des produits disponibles, de répartir les produits en fonction de leur date d'expiration et de prévoir la demande.
- **Regroupement.** Même s'il ne s'agit pas forcément d'une nouvelle solution, le regroupement est plus important que jamais pour améliorer l'efficacité des envois qui passent des États-Unis au Canada. Dans un modèle de regroupement traditionnel, les petits envois sont combinés pour former une unité unique et plus imposante doublée d'avantages qui comprennent généralement une réduction des délais de transit et des coûts de transport de fret. Purolator améliore ce modèle en offrant des capacités qui permettent à une entreprise de charger tous les envois à destination du Canada, qu'il s'agisse de messagerie ou de fret, dans un seul camion. Il s'agit d'un élément déterminant qui procure les avantages suivants:

Réduction des coûts. Les entreprises n'ont plus à prévoir différents camions pour la cueillette des envois de messagerie et de fret. Tous les envois sont plutôt cueillis en même temps par un seul camion, et les volumineux envois regroupés sont admissibles à un tarif de transport de fret moins élevé.

Réduction des délais de transit. L'envoi regroupé est acheminé directement à la frontière, sans autre arrêt ou cueillette. Il n'est pas inhabituel qu'un envoi arrive au Canada le jour même de sa cueillette aux É.-U.

Efficacité aux douanes. Le regroupement est particulièrement avantageux durant le processus douanier. Les envois regroupés sont répertoriés sur un seul formulaire de déclaration, sont dédouanés en une seule unité et sont assujettis à des frais uniques. Sinon, pour les envois non regroupés, il faut remplir de la paperasse et classer les documents pour chaque unité. Chaque unité doit ensuite être évaluée par le personnel des douanes, il faut payer les droits et les frais pour chacune et attendre leur dédouanement.

Livraisons rapides et efficaces partout au Canada. Rendus au Canada, les envois pénètrent dans le vaste réseau de distribution de Purolator, qui assure un service direct dans l'ensemble des provinces et territoires. Les envois demeurent dans le réseau de Purolator, ce qui garantit visibilité, responsabilisation et service maximal.

À l'évidence, le regroupement des [envois transfrontaliers vers le Canada](#) peut véritablement changer la donne. Toutes les entreprises de logistique ne possèdent pas les ressources nécessaires pour assurer le service, mais compte tenu des avantages à en tirer, il vaut la peine de faire appel à un prestataire qui en dispose.



**En savoir plus sur
l'efficacité du
regroupement.**

- **Portée géographique.** De nombreuses entreprises ont été étonnées de solliciter de nouveaux clients internationaux pour ensuite éprouver de la difficulté à trouver un prestataire de services logistiques qui réponde à leurs besoins. Cela comprend, entre autres, les entreprises états-uniennes qui étendent leurs activités au Canada, mais qui apprennent rapidement que la plupart des transporteurs limitent leurs services à certaines régions du pays. En ce qui concerne le Canada, ces limites de service sont en grande partie attribuables à la taille relativement modeste de la population, soit 40 millions de personnes, réparties sur une superficie qui ne le cède en importance qu'à la Russie. L'entretien d'un réseau de distribution est onéreux et nécessite un parc de véhicules, des installations et du personnel en nombre suffisant. Purolator fait exception, en ce sens qu'elle dessert l'ensemble du pays. Le réseau de distribution de Purolator s'étend aux 10 provinces et aux 3 territoires, et garantit un service à tous les codes postaux du pays. Les envois demeurent dans un même réseau, ce qui signifie que les entreprises états-uniennes n'ont jamais à se préoccuper de perdre la trace d'un colis ou d'avoir à traiter avec plusieurs transporteurs régionaux.

À l'échelle mondiale, Purolator fait équipe avec des entreprises locales qui assurent des services d'égale qualité dans les régions géographiques qu'elles desservent. Grâce à ce réseau international, Purolator répond à un besoin essentiel des entreprises des É.-U. et du Canada ayant des clients et des fournisseurs partout au monde.

- **Efficacité des douanes.** Les douanes sont un élément inévitable du commerce international, mais il existe des façons de faciliter la conformité et de réduire, voire d'éliminer les coûts. Ce constat est particulièrement pertinent en 2025. En effet, les relations commerciales entre les É.-U. et le Canada sont remises en question et les entreprises vivent une période d'incertitude quant aux tarifs douaniers et aux obstacles commerciaux.



**Lire notre livre blanc sur
l'efficacité des douanes**

Purolator offre des capacités importantes, notamment:

- **Spécialistes du commerce intérieur.** Une équipe d'experts commerciaux chevronnés veille à l'exactitude des renseignements sur les envois et trouve des occasions d'améliorer l'efficacité aux douanes et de réduire les coûts.
- **Services commerciaux de Livingston International.** Au début de 2025, Purolator a élargi son expertise mondiale grâce à l'acquisition de [Livingston International](#). Livingston est un chef de file du secteur des services commerciaux et du courtage en douane. L'entreprise possède une expertise inégalée en matière de réglementation et de douanes pour des marchés comme ceux du Canada, des États-Unis, du Mexique, de l'Europe et de l'Asie. Les entreprises peuvent compter sur les décennies d'expérience de Livingston pour les aider à trouver des occasions sur la scène internationale et s'assurer que leurs produits respectent toutes les exigences réglementaires et douanières internationales.
- **Outil de recherche de code de classement tarifaire.** Les [codes de classement tarifaire](#) déterminent le taux tarifaire d'un produit, y compris l'admissibilité à l'exemption de droits de douane en vertu des modalités d'accords de libre-échange. Toutefois, il peut être assez difficile de trouver le bon code, ce qui se solde souvent par une mauvaise évaluation des droits de douane. Purolator offre aux clients une solution rapide au moyen de son [assistant commercial](#) en ligne. Les clients peuvent accéder à l'outil en ligne pour déterminer le bon code de classement d'un produit. Ce code pourra ensuite être utilisé sur les documents pour les douanes.





Conclusion

Chaque année depuis 1997, des milliers de représentants de l'industrie des produits nutraceutiques participent à un salon professionnel de l'industrie appelé [VitafoodsMC Europe](#) (en anglais seulement). Présenté comme l'événement mondial de ce secteur, le rassemblement attire des participants de plus de 160 pays et offre l'occasion de faire du réseautage, de tirer parti des tendances de l'industrie et, potentiellement, d'établir de nouveaux partenariats pour favoriser la croissance des entreprises.

Ce n'est donc pas étonnant que l'événement Vitafoods Europe soit annoncé sur le site Web de la [U.S. International Trade Association](#) (en anglais seulement). On peut y lire: «Saisissez de nouvelles occasions d'affaires» et «le lieu de rendez-vous» pour les entreprises qui veulent établir de nouveaux partenariats et découvrir des produits et solutions.

Comme l'indiquent clairement la taille et la portée de ce salon professionnel, ainsi que l'appui du gouvernement américain, l'industrie des produits nutraceutiques est en plein essor et de belles occasions se présentent aux entreprises américaines et canadiennes qui veulent en profiter. Dans un contexte où les entreprises se penchent sur leurs stratégies internationales, elles peuvent être assurées que Purolator, le choix de confiance pour l'innovation en matière de logistique de l'industrie, est prête à les aider.



Purolator



Découvrez comment Purolator
peut optimiser votre stratégie en
matière de soins de santé:

Parlez à un
expert