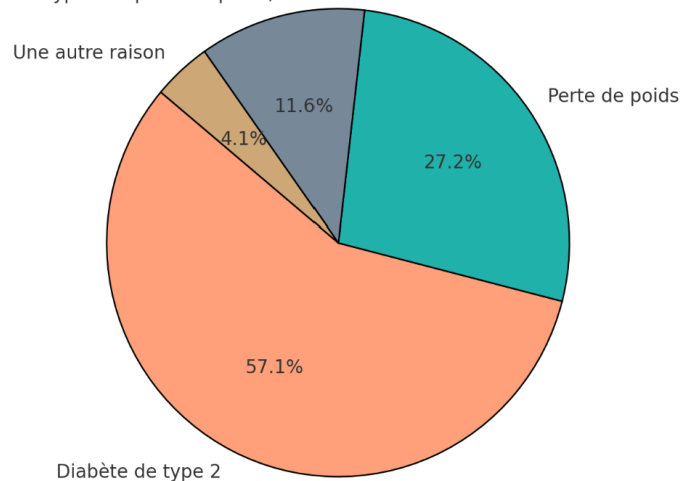


Impact des médicaments GLP-1 sur les habitudes alimentaires des consommateurs et les tendances de l'industrie alimentaire

HALIFAX, le 26 mars 2024 — Ces dernières années, l'utilisation d'agonistes du récepteur GLP-1, tels qu'**Ozempic**, est devenue de plus en plus courante dans la prise en charge du diabète de type 2 et de l'obésité.¹ Initialement destinés au traitement du diabète de type 2, ces médicaments sont désormais utilisés plus fréquemment pour la perte de poids. Les médicaments GLP-1 ont montré des résultats prometteurs dans l'amélioration du contrôle glycémique, la promotion de la perte de poids et la réduction des risques cardiovasculaires. Cependant, il existe peu de recherches sur la façon dont les Canadiens perçoivent et utilisent ces médicaments dans leur vie quotidienne.

Pour combler cette lacune, un sondage national a été mené en partenariat avec Caddle, une importante société de recherche de marché, pour explorer les perspectives des Canadiens sur les médicaments GLP-1. Le sondage a recueilli les réponses de 8 662 Canadiens et visait à comprendre le taux d'utilisation des médicaments GLP-1, les raisons pour lesquelles ils sont utilisés et leur impact sur la vie des utilisateurs, en particulier en ce qui concerne leurs choix alimentaires.

Raison de prescription pour le diabète ou les médicaments anti-obésité
Les deux (Diabète de type 2 et perte de poids)



¹ <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/drugs-health-products/drug-products/drug-shortages/information-consumers/supply-notice/ozempic.html>

Utilisation des médicaments GLP-1

Les résultats du sondage indiquent qu'environ 10 % de la population adulte au Canada utilise un médicament de type GLP-1, comme Ozempic. Sur la base de ces résultats, nous estimons qu'entre 900 000 et 1,4 million de Canadiens utilisent actuellement un médicament de type GLP-1. Les résultats sont cohérents avec ceux des États-Unis. Les chercheurs de JPMorgan estiment que 30 millions d'adultes aux États-Unis pourraient prendre des médicaments GLP-1 d'ici 2030.² Le taux d'utilisation est légèrement plus élevé chez les hommes, à 11 %, comparativement à 10 % chez les femmes. Les taux d'utilisation sont similaires entre les générations, les millennials ayant le taux d'utilisation le plus élevé à 12 %, suivis des Gen X à 11 %, et des baby-boomers et Gen Z à 10 %. L'Ontario a le taux d'utilisation le plus élevé, à 13 %, tandis que l'Île-du-Prince-Édouard a le taux le plus faible, à 4 %. Le Québec est à 10 %, et la Colombie-Britannique à 8 %. De plus, 79 % des répondants utilisent un médicament GLP-1 depuis plus de 3 mois.

Raison de l'utilisation

Interrogés sur la raison de l'utilisation d'un médicament GLP-1, 57,2 % des répondants ont cité le diabète de type 2. Un total de 27,2 % des répondants ont déclaré utiliser un médicament GLP-1 strictement pour la perte de poids, tandis que 11,6 % des répondants utilisent ces médicaments à la fois pour le diabète de type 2 et la perte de poids

Choix alimentaires

Beaucoup spéculent sur l'impact à long terme des médicaments GLP-1 sur l'industrie alimentaire, en particulier les entreprises qui comptent fortement sur les schémas d'achat impulsif et les collations. Parmi les utilisateurs de médicaments GLP-1, 45,5 % ont déclaré manger moins depuis le début de l'utilisation du médicament. De plus, 21,6 % des répondants qui utilisent des médicaments GLP-1 ont affirmé aller moins souvent au restaurant, et 16,4 % ont déclaré acheter moins d'épicerie en raison de l'utilisation d'un médicament GLP-1. De plus, 44,2 % des utilisateurs estimaient avoir perdu du poids.

Le sondage a également exploré les types d'aliments que les utilisateurs de médicaments GLP-1 ont consommés moins depuis le début de l'utilisation du médicament. Les résultats ont montré que 30,6 % des répondants ont mangé moins de produits de boulangerie sucrés, 30,4 % ont consommé moins de friandises sucrées et de collations telles que des bonbons, 29,7 % ont mangé moins de biscuits emballés, et 28,8 % ont bu moins de boissons gazeuses. De plus, 26,5 % ont mangé moins de chocolat, et 25,3 % ont consommé moins de collations salées comme des chips. La consommation et les achats d'alcool ont également été impactés, avec 19,2 % des répondants affirmant boire moins d'alcool depuis le début de l'utilisation d'un médicament GLP-

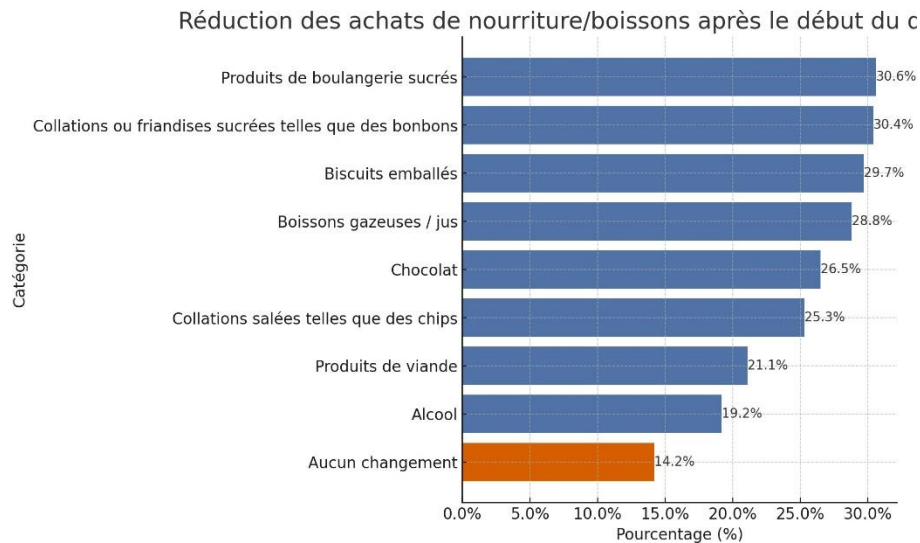
² <https://www.jpmorgan.com/insights/global-research/current-events/obesity-drugs>

1. Enfin, 14,2 % des répondants ont déclaré aucun changement du tout dans les aliments et boissons qu'ils consomment.

Les catégories avec les pourcentages les plus élevés sont les "Produits de boulangerie sucrés", les "Friandises sucrées ou collations comme les bonbons", et les "Biscuits emballés". Cela suggère que les personnes sous médicaments anti-diabète ou anti-obésité réduisent significativement leur consommation d'aliments sucrés et hautement transformés. Les "Boissons gazeuses/jus" ont également un pourcentage de réduction élevé. Étant donné l'association de ces boissons avec une teneur élevée en sucre et leur lien avec l'obésité et le diabète, les consommateurs semblent être conscients de leurs effets néfastes sur la santé. Les "Produits de viande" ont un pourcentage de réduction modéré, suggérant une certaine sensibilisation à la consommation de viandes transformées, qui peuvent être riches en matières grasses et en conservateurs.

Un pourcentage significatif de répondants ont déclaré acheter moins d'alcool, ce qui est notable car l'alcool peut contribuer à l'apport calorique et influencer les niveaux de sucre dans le sang.

Il reste un petit pourcentage de répondants qui ont signalé aucun changement dans leurs habitudes d'achat, ce qui pourrait être dû à divers facteurs, y compris la gravité de la condition, l'efficacité du médicament ou le choix personnel.



Analyse et implications

Pour le secteur de la restauration, avec le pourcentage le plus élevé de répondants déclarant manger moins, les fournisseurs de services alimentaires pourraient envisager d'offrir des prix basés sur la taille des portions ou des options de menu avec des informations liées à la santé qui répondent aux besoins des personnes cherchant à réduire leur apport calorique.

Le pourcentage significatif de répondants ayant perdu du poids peut suggérer un marché croissant pour des options alimentaires saines, faibles en calories et faibles en glucides. Les restaurants et les entreprises de restauration pourraient élargir leur offre pour inclure de tels articles.

Les données indiquent une réduction à la fois de l'achat et de la consommation de boissons alcoolisées à domicile. Les magasins de spiritueux et les bars pourraient voir une baisse des ventes. Ils pourraient avoir besoin de diversifier leur offre ou de créer des stratégies de marketing axées sur la qualité plutôt que sur la quantité.

Une diminution de la consommation de boissons non alcoolisées pourrait suggérer que les gens sont également plus conscients de leur consommation de sucre provenant de sources telles que les sodas et les jus. Les détaillants et les restaurants pourraient réagir en proposant plus d'options de boissons sans sucre ou faibles en calories.

La dépendance à l'achat impulsif dans l'industrie alimentaire sera probablement atténuée à mesure que l'utilisation des agonistes des récepteurs GLP-1 augmentera. Il existe une demande claire pour des produits à faible teneur en sucre, en calories et en transformation. L'industrie alimentaire pourrait innover en proposant davantage d'alternatives saines. Les fabricants pourraient envisager de reformuler les produits existants pour réduire la teneur en sucre, en matières grasses et en sodium en réponse aux préoccupations de santé des consommateurs. Les stratégies de marketing pourraient être ajustées pour mettre en avant les avantages pour la santé des produits, en particulier pour ceux qui sont naturellement faibles en sucres et en matières grasses nocives.

De plus, fournir plus d'informations sur le contenu nutritionnel des produits peut aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées. Cela pourrait inclure des étiquetages plus clairs et des campagnes éducatives sur les avantages d'une alimentation saine.

Nous prévoyons également que l'industrie développera de nouvelles lignes de produits adaptées aux besoins des personnes ayant des problèmes de santé spécifiques, comme des aliments adaptés aux diabétiques ou à la gestion du poids, ce qui pourrait capturer un segment de marché en croissance. Investir dans la recherche et le développement pour mieux comprendre les besoins des consommateurs atteints de problèmes de santé peut conduire à des produits innovants à la fois conscients de la santé et agréables au palais. Collaborer avec les prestataires de soins de santé et les organisations pour endosser les produits comme faisant partie d'un mode de vie sain pour ceux sous médicaments anti-diabète ou anti-obésité pourrait améliorer la confiance et la fidélité à la marque.

En essence, l'industrie alimentaire devrait surveiller en permanence ces tendances, car elles indiquent souvent des changements plus larges dans le comportement des consommateurs et peuvent avoir un impact sur la demande à long terme de produits et les stratégies de développement.

Citation

De Sylvain Charlebois, directeur du Laboratoire d'analyse agroalimentaire de l'Université Dalhousie : *"Avec l'augmentation de l'utilisation de médicaments GLP-1 comme Ozempic, nous constatons des changements significatifs dans les choix alimentaires des consommateurs, notamment une réduction de la consommation d'aliments sucrés et hautement transformés. Cette tendance a des implications profondes pour l'industrie alimentaire, nécessitant innovation et transition vers des alternatives plus saines, faibles en calories et en glucides. L'industrie doit s'adapter à ces évolutions du comportement des consommateurs pour répondre à la demande croissante de produits favorables à la santé."*

Pour plus d'informations et pour accéder au rapport complet, veuillez visiter <https://www.dal.ca/sites/agri-food.html>.

À propos du Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

Le Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie de l'Université Dalhousie est une unité de recherche dédiée à fournir des informations précieuses sur les secteurs de l'alimentation et de l'agriculture. Leur équipe interdisciplinaire d'experts étudie divers aspects de la chaîne d'approvisionnement alimentaire, proposant des solutions basées sur les données pour informer les intervenants de l'industrie et les décideurs politiques.

Méthodologie : L'enquête menée entre le 25 et le 27 janvier 2024 a compté un total de 2 880 répondants. Ce nombre est à la fois le total pondéré et non pondéré, ce qui indique que chaque répondant a été compté une fois dans l'analyse, et que les ajustements effectués pour assurer la représentativité n'ont pas modifié le nombre total de répondants. La marge d'erreur pour l'enquête, en supposant un niveau de confiance de 95 %, est d'environ 1,84 %. Cela signifie que les résultats de l'enquête sont censés se situer dans une fourchette de $\pm 1,84$ points de pourcentage de ce qui aurait été obtenu si l'ensemble de la population avait été interrogé, 95 fois sur 100.

Contacts

Dr. Sylvain Charlebois, Directeur

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

sylvain.charlebois@dal.ca

Janet Music, Chercheure associée

Laboratoire des sciences analytiques en agroalimentaire, Université Dalhousie

jlmusic@dal.ca

Divulgateion: Le financement de l'enquête a été fourni par l'Université Dalhousie et Caddle.