



Accès et partage des avantages

Points clés pour décideurs de politiques

L'industrie des produits botaniques

THE ABS
CAPACITY
DEVELOPMENT
INITIATIVE



People and
Plants
international



Sarah Laird et
Rachel Wynberg

Novembre 2015

QU'EST-CE QU'UN PRODUIT BOTANIQUE ?

-  Un produit botanique est un produit à base de plantes destiné à un usage médicinal ou à la promotion de la santé et du bien-être. Sont utilisées toutes les parties de la plante, y compris racines, écorce, feuilles, semences et fleurs.
-  Ces produits sont parfois appelés plantes médicinales, suppléments diététiques à base d'herbes, produits ou agents phytothérapeutiques.
-  Contrairement aux produits pharmaceutiques, les produits botaniques ne sont pas des médicaments hautement purifiés ou modifiés chimiquement. En général, ils ne sont pas non plus soumis à la caractérisation de l'activité biologique.

TENDANCES DU MARCHÉ

-  Les domaines de la médecine botanique varient d'un pays à l'autre, reflétant ainsi le contexte médical, scientifique, culturel, juridique et économique duquel ils émergent. Ce secteur varie plus que les autres – y compris pour ce qui est de la taille des entreprises, des ventes, des produits, de l'étendue de la R et D et des cadres réglementaires.
-  À des degrés variables, les produits botaniques font partie de l'industrie alimentaire mondiale au sens large du terme qui comprend les suppléments diététiques, les aliments naturels et biologiques, les produits de soins personnels naturels, les produits ménagers et les aliments fonctionnels.
-  La tendance générale est à la reprise de petites herboristeries par des géants des produits pharmaceutiques, des soins personnels, des produits ménagers et des produits alimentaires. Les petites sociétés restantes du secteur ont tendance à occuper des niches de marché susceptibles d'inclure des produits de commerce durable et équitable.

PRODUITS

-  L'augmentation de la demande des consommateurs pour des produits de qualité dont l'innocuité, l'efficacité, la pureté et l'uniformité sont prouvées a conduit les entreprises manufacturières à chercher des ingrédients de marque mieux documentés, présentant des effets bénéfiques pour la santé prouvés scientifiquement.
-  Les variations régionales existent toujours, mais au niveau mondial le développement de nouveaux produits est soumis, entre autres, à la demande de produits à forte valeur ajoutée afin de traiter les problèmes des populations riches, vieillissantes, soumises à de fortes tensions ainsi qu'à la demande de produits visant à améliorer les performances pour les sportifs et les personnes actives.
-  Les épices et les produits d'origine alimentaire sont de plus en plus vendus comme produits botaniques, en raison de leurs propriétés médicinales favorisant le bien-être (p. ex. la canneberge, l'ail, le curcuma, l'origan, la cannelle et le gingembre).
-  Certains médicaments botaniques sont fabriqués à partir d'une seule espèce tandis que d'autres sont des combinaisons d'espèces. Ils sont vendus sous des formes qui varient : comprimés,

capsules, poudres, extraits liquides, capsules molles, gélules, ou en tant qu'ingrédients dans les boissons pour sportifs, les barres énergétiques et autres aliments fonctionnels.

DEMANDE D'ACCÈS AUX RESSOURCES

-  Il existe un intérêt accru dans les nouveaux ingrédients, et l'innovation continue de jouer un rôle important, mais en général les nouvelles espèces sont introduites sur le marché par de petites sociétés.
-  Les investissements dans la recherche sur l'innocuité, l'efficacité, la qualité, les formulations, les systèmes de libération des médicaments, le conditionnement et le marketing rapportent souvent plus que l'accès à de nouveaux ingrédients au travers d'accords APA.
-  En raison de la surveillance accrue du gouvernement au niveau de l'innocuité, de l'efficacité et de la qualité, l'introduction de nouvelles espèces peut s'avérer plus onéreuse et prendre plus de temps qu'auparavant. Une longue histoire d'utilisation traditionnelle est parfois employée pour prouver l'innocuité et l'efficacité des produits botaniques.
-  Les brevets prennent une place grandissante dans les stratégies de R et D et de développement de produit.

DEMANDE EN CONNAISSANCES TRADITIONNELLES

-  Pour les entreprises, les connaissances traditionnelles restent importantes pour l'identification de nouveaux produits, la commercialisation et l'obtention d'homologations.
-  Les connaissances traditionnelles sont de plus en plus utilisées dans la commercialisation et le renforcement de l'image de marque en raison de l'intérêt accru des consommateurs pour les produits naturels et les histoires associées aux communautés autochtones.

APPROVISIONNEMENT DURABLE ET ÉTHIQUE

-  En général, les matières premières passent par plusieurs mains avant de se retrouver dans un produit final. Ceci rend le traçage du matériel aux fins de la réglementation y compris l'APA, très difficile.
-  Or, les consommateurs s'intéressent de plus en plus à la certification de commerce écologique et équitable des matières premières.
-  Le secteur se caractérise par des cycles d'expansion et de ralentissement de la demande des produits.
-  Les accords entre les entreprises et les communautés pour le biocommerce, ou l'approvisionnement en matières premières sont plus fréquents que les accords d'APA axés sur la recherche et le développement de nouveaux ingrédients et produits.

INDUSTRIE ET CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE

-  Le niveau de connaissance de la CDB et du Protocole de Nagoya varie considérablement d'une entreprise à l'autre, bien que cela puisse varier également d'une région à l'autre. En effet, dans certaines régions, le respect de la CDB et des mesures d'APA nationales est considéré de plus en plus comme une opportunité commerciale.

QU'EST-CE QU'UN PRODUIT BOTANIQUE ?



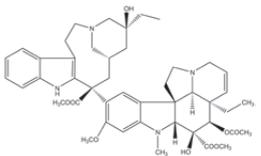
Un produit botanique est un produit à base de plantes destiné à un usage médicinal ou à la promotion de la santé et du bien-être. Sont utilisées toutes les parties de la plante, y compris racines, écorce, feuilles, semences et fleurs.



Ces produits sont parfois appelés plantes médicinales, suppléments diététiques à base d'herbes, produits ou agents phytothérapeutiques.

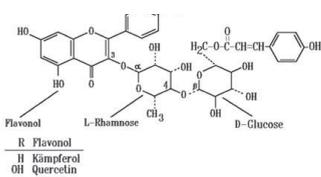


Contrairement aux produits pharmaceutiques, les produits botaniques ne sont pas des médicaments hautement purifiés ou modifiés chimiquement. En général, ils ne sont pas non plus soumis à la caractérisation de l'activité biologique.

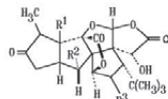


Le composé pharmaceutique isolé, vincristine, dérivé du *Catharanthus roseus*

Certains des composés trouvés dans les médicaments botaniques à base de *Ginkgo biloba*



Ginkgolide	R ¹	R ⁶	R ⁷
A	OH	H	H
B	OH	OH	H
C	OH	OH	OH



Parties des plantes utilisées dans les produits botaniques les plus vendus

FEUILLES

Séné
(*Senna alexandura*)
Gingko
(*Ginkgo biloba*)

SEMENCES

Chardon-Marie
(*Silybum marianum*)
Graines de lin
(*Linum usitatissimum*)

ÉCORCE

Yohimbe
(*Pausinystalia yohimbe*)
Pau d'Arco
(*Tabebuia spp.*)

FLEUR

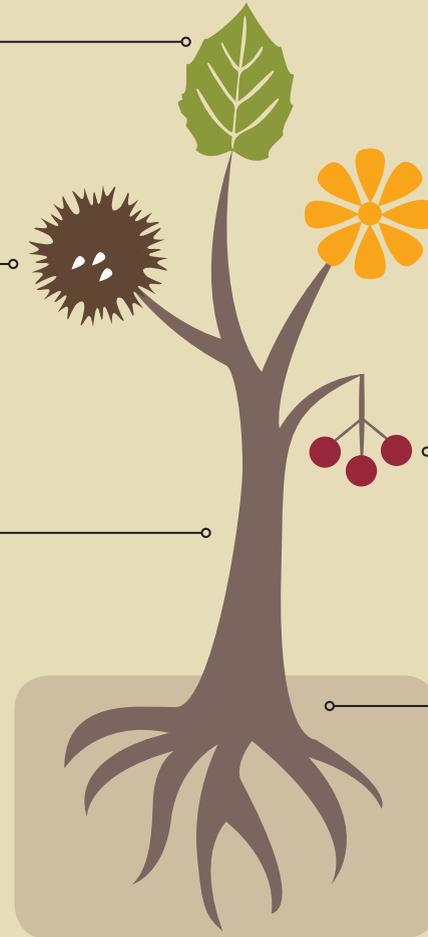
Millepertuis
(*Hypericum perforatum*)

FRUIT

Sureau noir
(*Sambucus nigra*)
Canneberge à gros fruits
(*Vaccinium macrocarpon*)
Palmier scie
(*Serenoa repens*)

RACINES

Kava
(*Piper methysticum*)
Maca
(*Lepidium meyenii*)
Ginseng
(*Panax spp.*)
Actée à grappe
(*Actaea racemosa*)



TENDANCES DU MARCHÉ



Les domaines de la médecine botanique varient d'un pays à l'autre, reflétant ainsi le contexte médical, scientifique, culturel, juridique et économique duquel ils émergent. Ce secteur varie plus que les autres – y compris pour ce qui est de la taille des entreprises, des ventes, des produits, de l'étendue de la R et D et des cadres réglementaires.



À des degrés variables, les produits botaniques font partie de l'industrie alimentaire mondiale au sens large du terme qui comprend les suppléments diététiques, les aliments naturels et biologiques, les produits de soins personnels naturels, les produits ménagers et les aliments fonctionnels.



La tendance générale est à la reprise de petites herboristeries par des géants des produits pharmaceutiques, des soins personnels, des produits ménagers et des produits alimentaires. Les petites sociétés restantes du secteur ont tendance à occuper des niches de marché susceptibles d'inclure des produits de commerce durable et équitable.

Valeur des fusions et acquisitions globales dans l'industrie alimentaire



2013

1,7 milliards de dollars

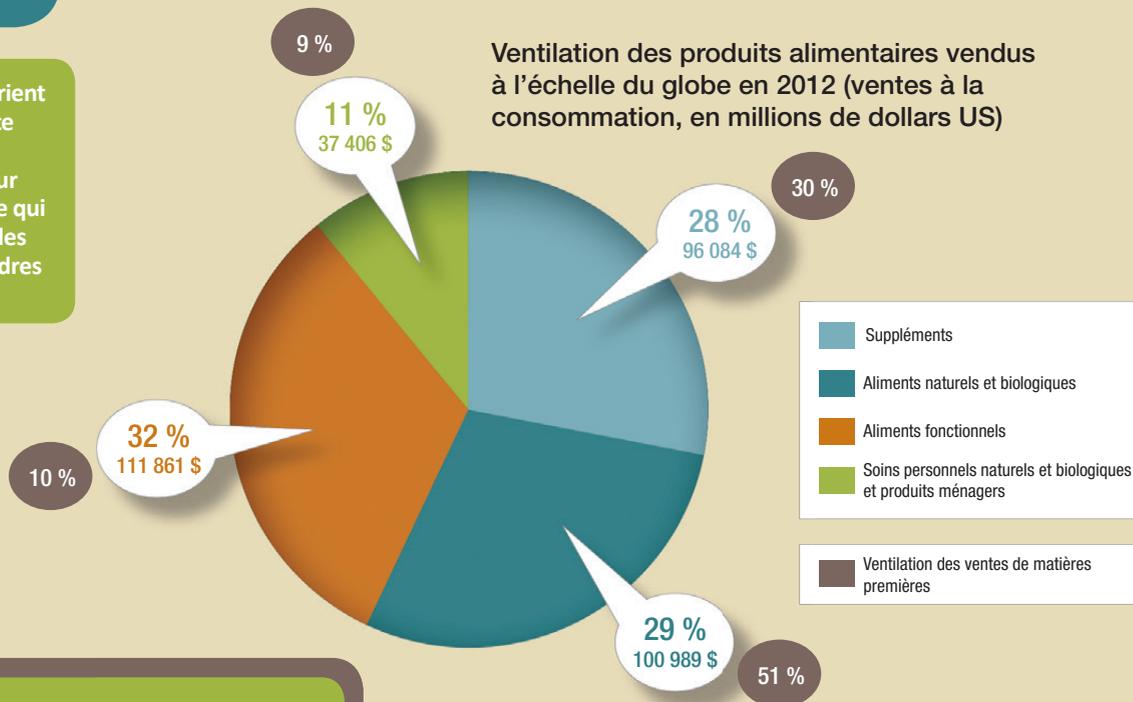
47 %



2014

3,5 milliards de dollars

Ventilation des produits alimentaires vendus à l'échelle du globe en 2012 (ventes à la consommation, en millions de dollars US)

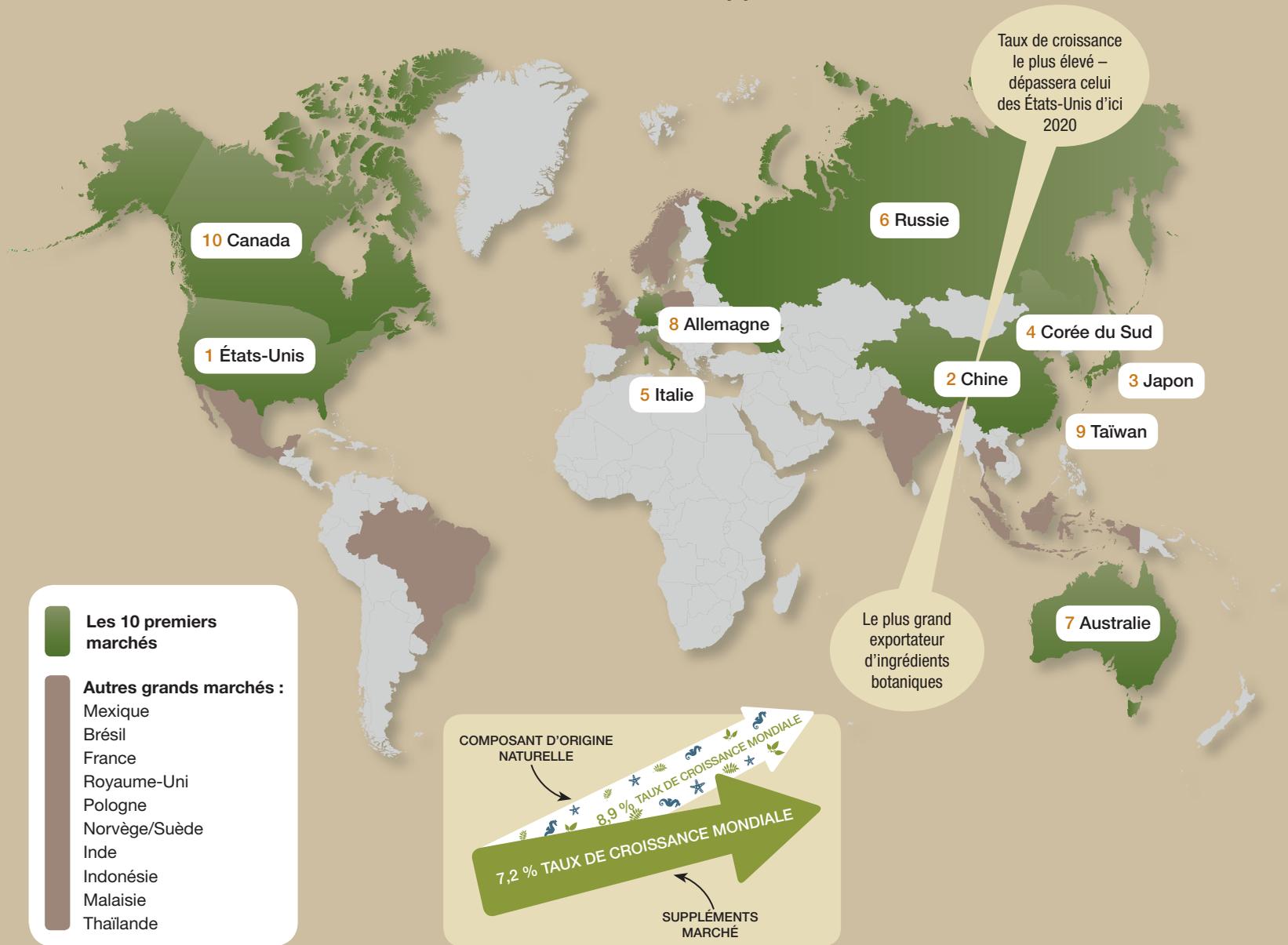


Croissance du marché mondial des suppléments en milliards de dollars

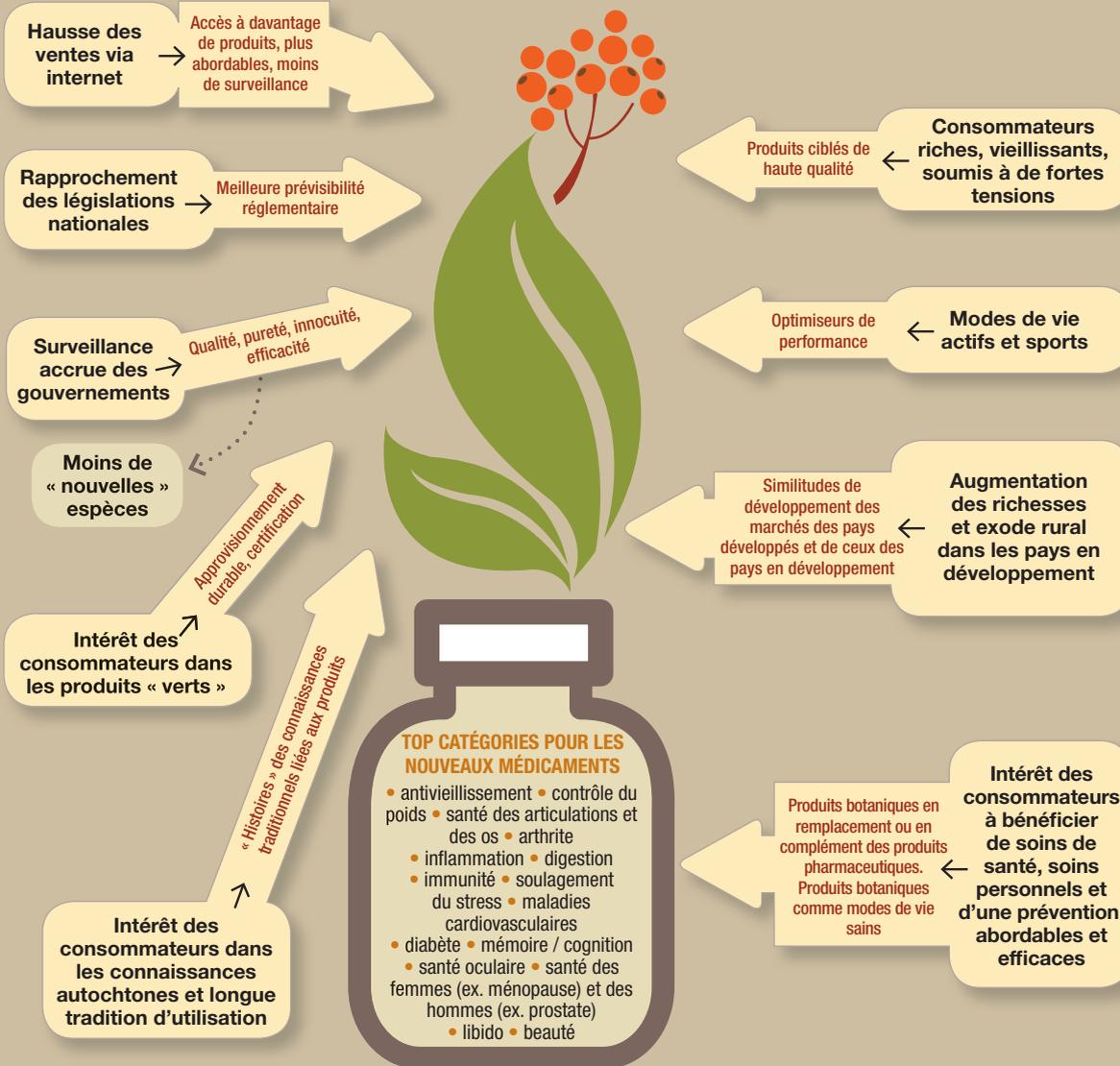
(médicaments botaniques, vitamines et minéraux)



Marché mondial des suppléments



Tendances ayant un impact sur l'utilisation et le développement de la médecine botanique



L'augmentation de la demande des consommateurs pour des produits de qualité dont l'innocuité, l'efficacité, la pureté et l'uniformité sont prouvées a conduit les entreprises manufacturières à chercher des ingrédients de marque mieux documentés, présentant des effets bénéfiques pour la santé prouvés scientifiquement.



Les variations régionales existent toujours, mais au niveau mondial le développement de nouveaux produits est soumis, entre autres, à la demande de produits à forte valeur ajoutée afin de traiter les problèmes des populations riches, vieillissantes, soumises à de fortes tensions ainsi qu'à la demande de produits visant à améliorer les performances pour les sportifs et les personnes actives.



Les épices et les produits d'origine alimentaire sont de plus en plus vendus comme des produits botaniques, en raison de leurs propriétés médicinales favorisant le bien-être (p. ex. la canneberge, l'ail, le curcuma, l'origan, la cannelle et le gingembre).

Les 20 suppléments alimentaires à base de plantes les plus vendus aux États-Unis, 2013

Herbe	Nom latin	Origines géographiques	CA en millions
1 Marrube commun	<i>Marrubium vulgare</i>	Europe, Afrique du Nord, Asie centrale/ du Sud-Ouest	106 897 772 USD
2 Yohimbe	<i>Pausinystalia yohimbe</i>	République centrafricaine	67 393 961 USD
3 Canneberge	<i>Vaccinium macrocarpon</i>	Amérique du Nord	48 808 893 USD
4 Actée à grappe	<i>Actaea racemosa</i>	Amérique du Nord	45 967 801 USD
5 Séné	<i>Senna alexandrina</i>	Afrique du Nord	32 260 528 USD
6 Cannelle	<i>Cinnamon spp.</i>	Asie	29 525 719 USD
7 Graine de lin	<i>Linum usitatissimum</i>	Europe, Méditerranée	28 363 954 USD
8 Échinacée	<i>Echinacea spp.</i>	Amérique du Nord	28 277 149 USD
9 Valérianacée	<i>Valeriana officinalis</i>	Eurasie	28 258 909 USD
10 Palmier scie	<i>Serenoa repens</i>	Amérique du Nord	21 612 897 USD
11 Aloe Vera	<i>Aloe vera</i>	Afrique du Sud	18 243 186 USD
12 Complexe de bioflavonoïde	<i>Citrus spp.</i>	Asie du Sud et Sud-Est	16 332 400 USD
13 Chardon-Marie	<i>Silybum marianum</i>	Amérique du Nord	16 293 694 USD
14 Gingembre	<i>Zingiber officinale</i>	Asie	16 203 615 USD
15 Fleur des elfes	<i>Epimedium spp.</i>	Afrique du Nord/Asie	15 086 408 USD
16 Ail	<i>Allium sativum</i>	Eurasie	14 520 837 USD
17 Levure de riz rouge	<i>Monascus purpureus</i>	Asie	11 952 456 USD
18 Gingko	<i>Gingko biloba</i>	Asie	11 603 100 USD
19 Prêle	<i>Equisetum spp.</i>	Cosmopolitain, Europe	11 159 101 USD
20 Bromélaïne	<i>Ananas comosus</i>	Amérique du Sud	8 755 864 USD

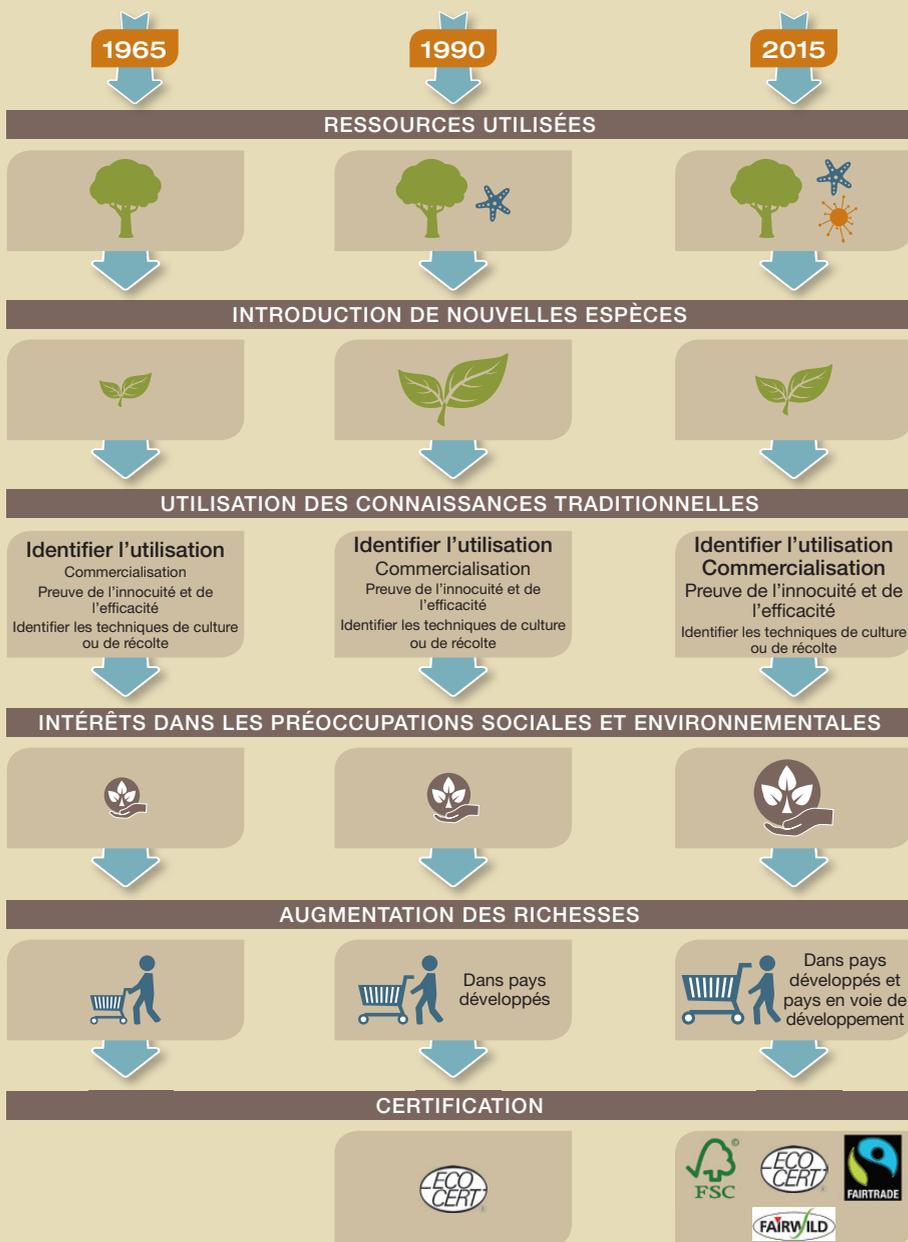


Certains médicaments botaniques sont fabriqués à partir d'une seule espèce tandis que d'autres sont des combinaisons d'espèces. Ils sont vendus sous beaucoup de formes : comprimés, capsules, poudres, extraits liquides, gélules molles, capsules de gel, ou comme ingrédients dans les boissons de sports, barres d'énergie et d'autres nourritures fonctionnelles.



DEMANDE D'ACCÈS AUX RESSOURCES

TENDANCES EN DEMANDE D'ACCÈS ET DE PRODUITS



Il existe un intérêt accru dans les nouveaux ingrédients et l'innovation continue de jouer un rôle important, mais en général les nouvelles espèces sont introduites sur le marché par de petites sociétés.



Les investissements dans la recherche sur l'innocuité, l'efficacité, la qualité, les formulations, les systèmes de libération des médicaments, le conditionnement et le marketing rapportent souvent plus que l'accès à de nouveaux ingrédients au travers d'accords APA.



En raison de la surveillance accrue du gouvernement au niveau de l'innocuité, de l'efficacité et de la qualité, l'introduction de nouvelles espèces peut s'avérer plus onéreuse et prendre plus de temps qu'auparavant. Une longue histoire d'utilisation traditionnelle est parfois employée pour prouver l'innocuité et l'efficacité des produits botaniques.



Les brevets prennent une place grandissante dans les stratégies de R et D et de développement de produit.

ESPÈCES

1	<i>Aloe vera</i>
2	<i>Ginkgo biloba</i>
3	<i>Silybum marianum</i>
4	<i>Serenoa repens</i>
5	<i>Centella asiatica</i>
6	<i>Hypericum perforatum</i>
7	<i>Echinacea purpurea</i> and <i>E. augustifolium</i>
8	<i>Curcuma longa</i>
9	<i>Panax ginseng</i> and <i>P. quinquefolius</i>
10	<i>Uncaria tomentosa</i>
11	<i>Hoodia gordonii</i>
12	<i>Arnica montana</i>
13	<i>Astragalus propinquus</i>
14	<i>Vaccinium myrtillus</i>
15	<i>Prunus africana</i>

PUBLICATIONS¹ REVENDECTIONS²

3416	4257
1297	2964
275	824
295	696
485	693
440	648
268	787
548	534
847	683
133	470
68	379
233	330
137	269
232	247
114	229

¹ Les « publications » renvoient à la publication des demandes de brevet, et non à la délivrance de brevet.

² Les « revendications » font référence à la portée de la protection conférée par le brevet, ou à la protection recherchée dans une demande de brevet.

DEMANDE EN CONNAISSANCES TRADITIONNELLES



Pour les entreprises, les connaissances traditionnelles restent importantes pour l'identification de nouveaux produits, la commercialisation et l'obtention d'homologations.



Les connaissances traditionnelles sont de plus en plus utilisées dans la commercialisation et le renforcement de l'image de marque en raison de l'intérêt accru des consommateurs pour les produits naturels et les histoires associées aux communautés autochtones.

CT et intérêts des consommateurs

2015

1990



1965



INTÉRÊTS DES CONSOMMATEURS DANS LES CT
INTÉRÊT DE L'INDUSTRIE DANS CT POUR LA COMMERCIALISATION



Sources de CT



Collections ethnobotaniques



Internet / Bases de données



Littérature

APPROVISIONNEMENT DURABLE ET ÉTHIQUE

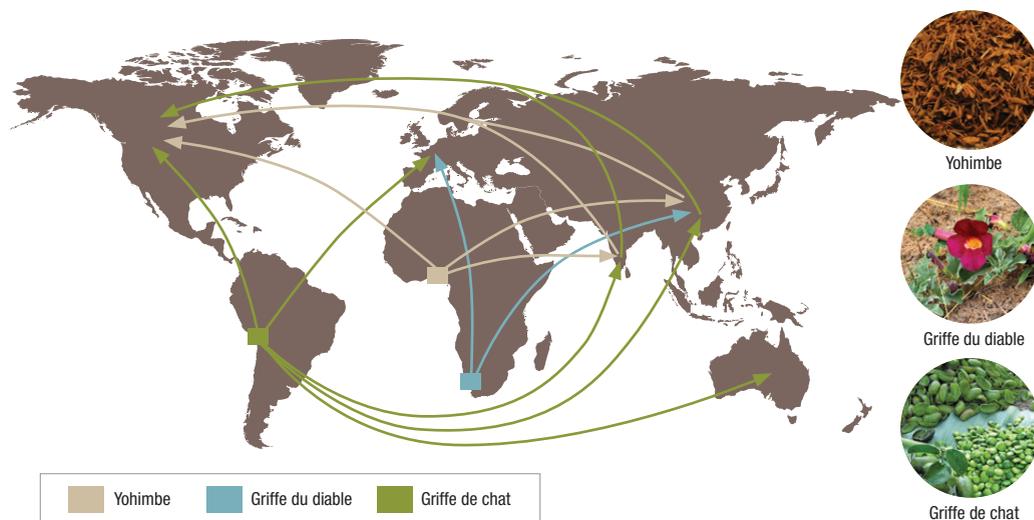


En général, les matières premières passent par plusieurs mains avant de se retrouver dans un produit final. Cela rend le suivi des documents à des fins réglementaires, y compris l'APA, très difficile.

Parcours d'un produit botanique



Les nombreux kilomètres parcourus par un ingrédient végétal : le cas de trois espèces



Le secteur se caractérise par des cycles d'expansion et de ralentissement de la demande des produits.



Les consommateurs s'intéressent de plus en plus à la certification de commerce écologique et équitable des matières premières.



Les accords entre les entreprises et les communautés pour le biocommerce ou l'approvisionnement en matières premières, sont plus fréquents que les accords d'APA axés sur la recherche et le développement de nouveaux ingrédients et produits.



La tendance est vers des produits plus propres et plus écologiques. Aujourd'hui, les consommateurs veulent en savoir plus -. De quoi s'agit-il ? D'où provient le produit ? Comment est-il fabriqué ? Il y a de plus en plus de labels de durabilité et de commerce équitable et on aura peut-être plus tard un label APA et éthique, mais ceci n'est toujours pas ancré dans l'esprit du consommateur et des entreprises.

- Représentant de l'industrie aux États-Unis

INDUSTRIE ET CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ BIOLOGIQUE



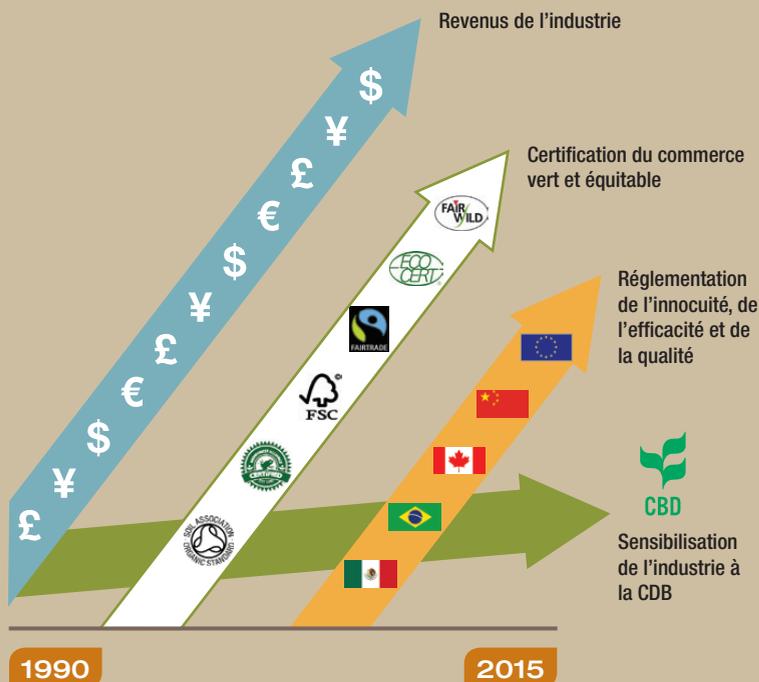
Le niveau de connaissance de la CDB et du Protocole de Nagoya varie considérablement d'une entreprise à l'autre, bien que cela puisse varier également d'une région à l'autre. En effet, dans certaines régions, le respect de la CDB et des mesures d'APA nationales est considéré de plus en plus comme une opportunité commerciale.



Certaines entreprises commencent à poser des questions sur les règlements, y compris la CDB, et veulent se conformer à l'APA. On commence à noter un certain avantage sur le marché par rapport à nos concurrents, en apportant au client une plus grande clarté et la certitude que notre chaîne d'approvisionnement est conforme à l'APA.

– Gestionnaire, fournisseur d'ingrédients

Le secteur botanique (1990 – 2015)



SOURCES



Page 3

Robinson, M.M. and Zhang, X. 2011. The World Medicines Situation 2011. Traditional Medicines: Global Situation, Issues and Challenges. World Health Organization: Geneva; Jegtvig, S. 2013. Defining Functional Foods. *about.com*, May 15; US Department of Health and Human Services, Food and Drug Administration and Center for Drug Evaluation and Research, 2004. Guide for Industry: Botanical Drug Products, <http://www.fda.gov/cder/guidance/index.htm>

Page 4

Nutrition Business Journal, 2014. NBJ's Global Supplement and Nutrition Industry Report; Nutrition Business Journal, 2015. Global M&A Reaches \$3.5 Trillion. NBJ Awards Issue, January; Nutrition Business Journal, 2014. Nutritional Raw Material and Ingredient Supply Report 2014; Visiongain, 2014. Functional Food and Nutraceutical Markets Forecast 2015-2025: Opportunities for Leading Companies.

Page 5

Euromonitor International, 2013. Dietary Supplements Poised for Healthy Growth. www.euromonitor.com; Lindstrom, A., Ooyen, C., Lynch, M.E., Blumenthal, M. and Kawa, K. 2014. Sales of Herbal Dietary Supplements Increase by 7.9% in 2013, Making a Decade of Rising Sales; Turmeric Supplements Climb to Top Ranking in Natural Channel. *Herbalgram* 103:52-56; Freedonia, 2013. World Nutraceutical Ingredients. Freedonia Focus Reports, November; Harrison-Dunn, A. 2014. A Global Look at Supplements on the Rise. *Nutraingredients*, www.nutraingredients.com.

Page 6

Nutrition Business Journal, 2014. Nutritional Raw Material and Ingredient Supply Report 2014; Visiongain, 2014. Functional Food and Nutraceutical Markets Forecast 2015-2025: Opportunities for Leading Companies. www.visiongain.com; Nutrition Business Journal, 2014. NBJ's Global Supplement and Nutrition Industry Report; Freedonia, 2013. World Nutraceutical Ingredients. Freedonia Focus Reports, November; Euromonitor International, 2013. Dietary Supplements Poised for Healthy Growth; Mellentin, J. 2014. Key Trends in Functional Foods and Beverages for 2015: Understanding and Connecting Multiple Trends Can Lead to Long-term Market Success. *New Nutrition Business*, www.new-nutrition.com; Zambetti, P. 2014. Supplements Shakedown 1 and 2: Globalization and a Brave New World of Regulations and Health Claim Medicine Tastes Better Than Expected. *Nutraingredients*, www.nutraingredients.com; Dennis, J. 2013. International Perspectives in Herbs and Botanicals. *Nutraceuticals World*.

Page 7

Lindstrom, A., Ooyen, C., Lynch, M.E., Blumenthal, M. and Kawa, K. 2014. Sales of Herbal Dietary Supplements Increase by 7.9% in 2013, Making a Decade of Rising Sales; Turmeric Supplements Climb to Top Ranking in Natural Channel. *Herbalgram* 103:52-56.

Page 8

Oldham, P., Hall, S. and Forero, O. 2013. Biological Diversity in the Patent System. *PLoS ONE* 8(11): e78737.



www.abs-initiative.info



www.bio-economy.org.za



www.peopleandplants.org

La série de « Points clés sur l'accès et le partage des avantages pour décideurs de politiques » est publiée pour fournir aux gouvernements, entreprises, chercheurs, communautés et autres parties prenantes des informations pour les aider à élaborer des mesures d'accès et de partage des avantages et mettre en œuvre le Protocole de Nagoya. Comme le nom l'indique, ces dossiers portent sur les points clés fondamentaux sur les tendances et pratiques au niveau des marchés, de la R et D et de l'APA.. Pour de plus amples renseignements quant à ces secteurs, visitez les sites internet suivants :

www.bio-economy.org.za ; www.abs-initiative.info ; www.peopleandplants.org ;

et consultez les dossiers de la CDB « La bioscience à la croisée des chemins » :

<https://www.cbd.int/abs/policy-brief/default.shtml/>; et le livre Routledge à paraître :

<http://www.routledge.com/books/details/9781138779099/>

Remerciements : Nous remercions sincèrement tous ceux qui ont contribué au parachèvement du présent document au travers de leurs commentaires et points de vue. Nous remercions notamment Josef Brinkmann, Anastasiya Timoshyna et Tobias Dierks.

Nos remerciements s'adressent également à Paula Wood pour son travail artistique et à Jaci van Niekerk pour son soutien et son assistance.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter : abs-initiative@giz.de