

>>> Plantes à parfum,
aromatiques et médicinales

Les études de FranceAgriMer

> janvier 2019

UTILISATION DES PLANTES À
PARFUM ET AROMATIQUES
DANS LES NOUVEAUX
PRODUITS DES SECTEURS
ALIMENTAIRE, COSMÉTIQUE
ET DÉTERGENTS

Année 2017

(Données issues du Pôle Pass et Mintel)





FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

Utilisation des plantes à parfum et aromatiques dans les nouveaux produits des secteurs alimentaire, cosmétique et détergents

Année 2017

(Données issues du Pôle Pass et Mintel)



Sommaire

Introduction	3
I. Huiles essentielles comme ingrédients de produits cosmétiques et alimentaires ..	5
1.1 Les menthes	6
1.2 Les lavandes	7
1.3 Les agrumes.....	8
1.4 Les autres huiles essentielles	9
II. Ingrédients alimentaires	10
III. Ingrédients cosmétiques	11


Introduction

Mintel est une entreprise qui recense les ingrédients des nouveaux produits qui sont lancés sur le marché. Ainsi, le Pôle Pass, partenaire de FranceAgriMer, exploite les données concernant les produits alimentaires, cosmétiques et détergents, et lui en fournit une synthèse. Ces listes incluent des parfums d'ambiance, de la nourriture pour animaux et des produits de santé.

Pour la partie 1, les produits concernés dans cette étude sont donc :

Désignation des produits	Désignation des produits
Additifs pour le bain	Nettoyant cuvettes de WC
Adoucissants	Noix
Aides au sommeil	Nourriture pour chat (sec)
Analgésiques / Antidouleur	Nourriture pour chien (humide)
Après-shampooing	Nourriture pour chien (sec)
Autre confiserie sucrée	Parfums d'ambiance manuels
Autres produits de santé	Parfums d'ambiance propulsés
Bain de bouche	Parfums pour femme
Barres snacks, énergétiques et céréalières	Parfums unisexes
Biscuits/Cookies sucrés	Préparations de rasage
Boissons à base de riz/noix/céréales	Problèmes de peau
Bougies	Produits à base de viande
Céréales froides	Produits de coiffure
Condiments marinés	Produits d'épilation
Confiserie médicamenteuse	Produits d'hygiène féminine
Décongestifs, anti-toux/rhume/grippe	Produits pour animaux domestiques
Dentifrice	Produits vaisselle / main
Déodorants	Savon en barre
Desserts ultra-frais	Savon mains liquide
Détergents lavage à la main / Shampoings pour Linge	Savon mains liquide
Détergents machine à laver	Shampooing
Emballages pour sandwiches	Snack de légumes
En-cas	Snacks & Gâteries pour chats
En-cas à base de maïs	Snacks & Gâteries pour chien
Ensembles	Snacks à base de blé et autres graines
Entretien buccal/yeux/oreilles	Snacks à base de riz
Entretien des surfaces - Usage multiple	Soins contour des yeux
Gâteaux, pâtisserie & produits sucrés	Soins des lèvres
Gels & produits de douche	Soins des mains / ongles
Lingettes	Soins des pieds
Maquillage des yeux - Cils	Soins du corps
Maquillage des yeux - Contour des yeux	Soins du visage
Maquillage des yeux - Fard à paupières	Soins solaires / Après-soleil
Maquillage des yeux - Sourcils	Soins solaires - Exposition au Soleil/UV
Maquillage du visage - Correcteurs / Anticerne	Tablettes de chocolat
Maquillage du visage - Couleur des lèvres	Traitements anti-insectes personnels
Maquillage du visage - Fard à joues	Traitements antiseptiques
Maquillage du visage - Font de teint / Fluides illuminateurs	Traitements pour cheveux
Maquillage du visage / Poudre	Vinaigrettes, vinaigres & mayonnaises
Mets à base de pâte / en croûte	Vitamines & suppléments diététiques

Pour cette partie 1, nous avons une entrée « huiles essentielles » et une liste de produits comportant comme ingrédients ces huiles essentielles.



Pour les parties 2 et 3, nous avons une entrée « produits » avec une liste d'arômes ou de fragrances par produit. Nous ne sommes pas certains que ces arômes et fragrances sont des huiles essentielles pures. Les produits considérés sont :

- Cosmétiques : bains et douches, déodorants, soins capillaires, soins du corps, soins du visage.
- Alimentaires : snacking / plats préparés, soupes, desserts, boissons.

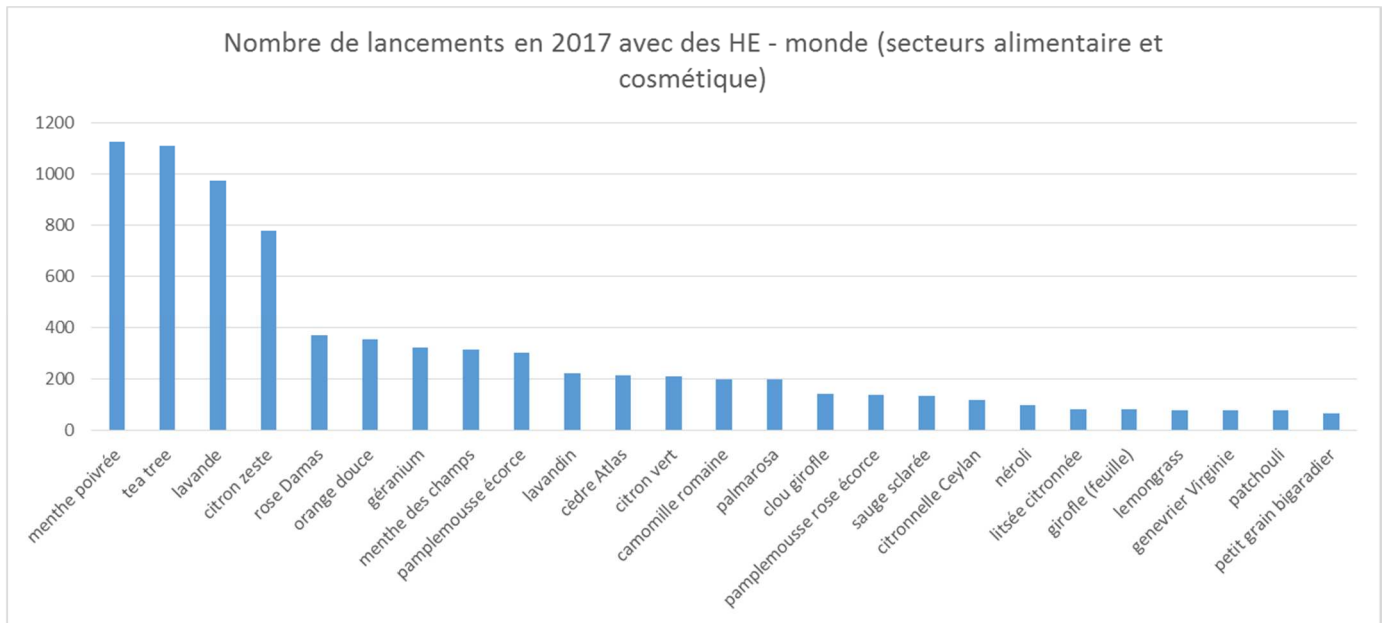
Nous considérerons dans ce rapport les arômes alimentaires issus de plantes à parfum, aromatiques et médicinales hors vanille.

Dans la suite du document seront donc montrées les principales tendances sur la consommation d'huiles essentielles en France et dans le monde pour ces secteurs d'activité. Toutefois, l'indicateur « *nombre de produits lancés en 2017* » est insuffisant pour qualifier seul le dynamisme de ces marchés, il faudrait quantifier la valeur des produits vendus et cette donnée est inconnue.

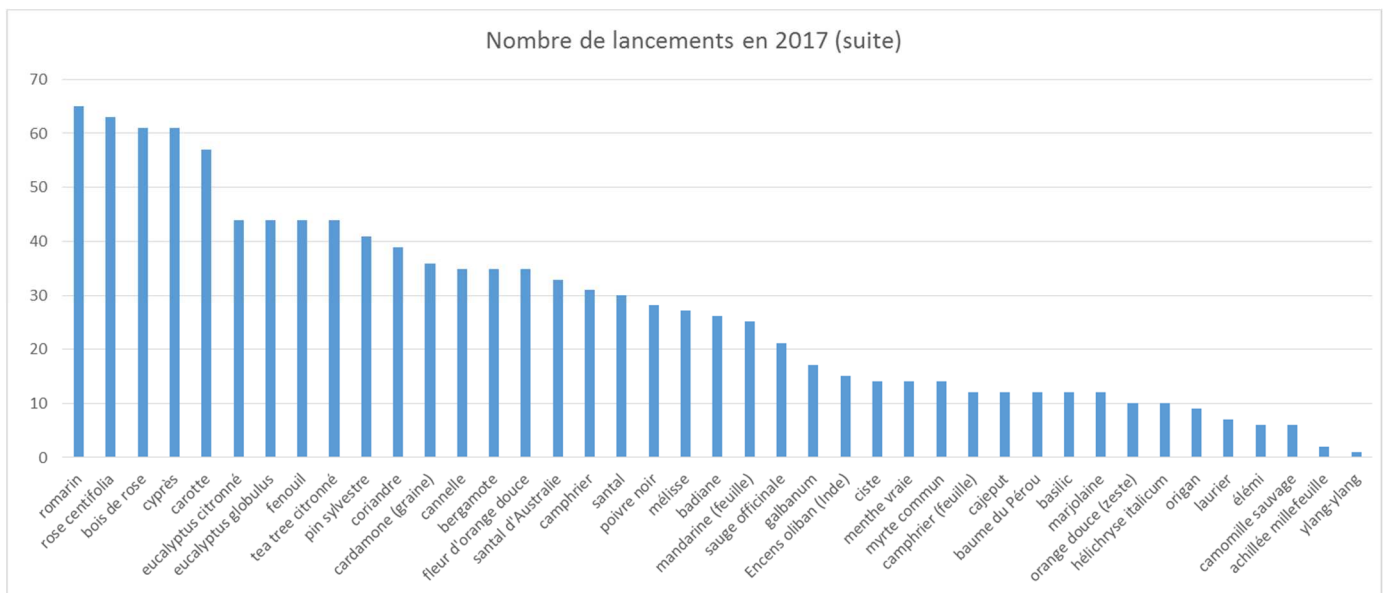
I. Huiles essentielles comme ingrédients de produits cosmétiques et alimentaires

66 huiles essentielles sont dénombrées dans les lancements de produits cosmétiques et alimentaires en 2017 dans le monde. Ces huiles essentielles sont variées et d'origines diverses.

Le graphique ci-dessous montre les 25 premières.



Dans une moindre mesure, les autres huiles essentielles concernées par des lancements de nouveaux produits alimentaires et cosmétiques en 2017 sont les suivantes :



1.1 Les menthes

On dénombre 1 124 nouveaux produits pour la **menthe poivrée** (*Menta piperita*) **qui est en 1^{ère} position**, 314 pour la **menthe des champs** (*Menta arvensis*) et 14 pour la **menthe verte** (*Menta viridis* ou *spicata*).

Pays	2017	Sous-catégorie	2017
États-Unis	11,52 %	Soins du visage	23,22 %
Inde	6,75 %	Shampooing	12,33 %
Chine	6,39 %	Soins des pieds	5,94 %
Royaume-Uni	5,13 %	Traitements pour cheveux	4,86 %

Les débouchés de la menthe poivrée sont le shampooing (13,26 %), le dentifrice (11,3 %), les soins du visage (7,65 %), les après-shampoings (6,76 %), les soins des pieds (6,76 %), les soins du corps (5,78 %). Suivent les traitements pour cheveux, lèvres, les produits de douche, les décongestifs/anti rhume, toux, grippe, les analgésiques, parfums d'ambiance, produits de rasage, déodorants... Il y a une grande diversité de produits.

Pour la menthe des champs, ce sont les shampooings (25,16 %) et après-shampoings (13,38 %), les gels & produits de douche (11,46 %), le dentifrice (8,28 %), le savon en barre (7,64 %), etc. La diversité de produits est comparable à celle de la menthe poivrée.

La menthe verte quant à elle concerne le secteur alimentaire : bonbons (28,57 % et 7,14 %), chips & snacks à base de pomme de terre (14,29 %), vitamines et compléments alimentaires (14,29 %), snacks pour chiens (14,29 %), thé (7,14 %), confiserie médicamenteuse (7,14 %) et en-cas (7,14 %).



Menthe

1.2 Les lavandes

On compte 976 lancements pour la **lavande** (*Lavandula angustifolia*) qui occupe la 3^{ème} position, 223 pour le **lavandin** (*Lavandula hybrida*), par contre aucun pour la **lavande aspic** (*Lavandula spica*).

Pays	Lavande	Pays	Lavandin
États-Unis	14,24 %	États-Unis	17,49 %
Chine	6,45 %	France	8,52 %
Royaume-Uni	6,45 %	Italie	8,07 %
France	4,82 %	Royaume-Uni	7,62 %

En ce qui concerne la lavande, les débouchés sont essentiellement cosmétiques et pour une partie mineure, parfum d'ambiance et biocide : soins du visage (16,6 %), soins du corps (14,86 %), gels & produits de douche (12,09 %), shampoing (8,71 %) et après shampoing (4,61 %), savons (7,48 %), traitements pour cheveux (2,77 %), traitements anti-insectes (2,36 %)...

Pour le lavandin, les produits sont sensiblement les mêmes, avec seulement 1,79 % de détergents pour machines à laver, 0,9 % de rafraichissants pour linge/antimites, 0,45 % de javel/désinfectants, 0,45 % de produits vaisselle/main.



Lavande

1.3 Les agrumes

Les **agrumes** regroupent les citrons jaune et vert (*Citrus limon* et *Citrus aurantifolia*), l'orange douce (*Citrus aurantium dulcis*), les pamplemousses jaune et rose (*Citrus grandis* et *citrus paradisi*), la bergamote (*Citrus aurantium bergamia*), mandarine (*Citrus reticulata*). Les huiles essentielles concernent le zeste, les feuilles ou les fleurs. Sur les 2 045 lancements au total, le citron (zeste) est l'essence majoritaire (780 lancements).

Les débouchés de ces huiles essentielles sont essentiellement cosmétiques et produits de santé, excepté pour l'huile essentielle d'orange douce et de zeste d'orange douce, principalement destinée à l'industrie alimentaire (boissons, pâtisseries, confiseries, thés, etc.).

Nom latin	Nom commun	Nb lancements 2017
<i>Citrus aurantifolia oil</i>	Huile essentielle de citron vert	209
<i>Citrus aurantium amara flower oil</i>	Huile essentielle de fleur d'oranger amer (néroli)	96
<i>Citrus aurantium amara leaf/twig oil</i>	Huile essentielle de feuille et rameau d'orange amère (Petit grain bigaradier)	65
<i>Citrus aurantium bergamia fruit oil</i>	Huile essentielle de bergamote	35
<i>Citrus aurantium dulcis flower oil</i>	Huile essentielle de fleur d'orange douce	35
<i>Citrus aurantium dulcis oil</i>	Huile essentielle d'orange douce	353
<i>Citrus aurantium dulcis peel oil</i>	Huile essentielle de zeste d'orange douce	10
<i>Citrus grandis peel oil</i>	Huile essentielle d'écorce de pamplemousse	301
<i>Citrus medica limonum peel oil</i>	Huile essentielle de zeste de citron	780
<i>Citrus nobilis peel oil</i>	Huile essentielle d'écorce de mandarine	0
<i>Citrus paradisi peel oil</i>	Huile essentielle d'écorce de pamplemousse rose (pomelo)	136
<i>Citrus reticulata leaf oil</i>	Huile essentielle de feuille de mandarine	25
TOTAL		2 045



Oranger

1.4 Les autres huiles essentielles

L'**arbre à thé** (ou tea tree, *Melaleuca alternifolia*) arrive en 2^e position avec 1 111 lancements.

Il est à noter que l'huile essentielle de **bois de rose** (*Aniba rosaeodora wood oil*), qui est une espèce en voie de disparition, concerne 61 lancements de produits en 2017. Les principaux consommateurs sont la Chine (16,39 %), la Corée du Sud (14,75 %), les USA (13,11 %), le Japon (11,48 %). Ce produit de luxe concerne surtout les soins du visage.

Le bois de rose étant une espèce fortement menacée, on peut se demander quelle éthique ont les entreprises qui commercialisent les produits cosmétiques, s'ils mettent en place des reboisements et comment, ou encore si l'huile essentielle affichée n'est pas un produit de synthèse ou une autre huile essentielle, comme le bois de hêtre, qui est plus commune et moins onéreuse.

Sous-catégorie	2017
Soins du visage	22,95 %
Soins du corps	13,11 %
Gels & produits de douche	9,84 %

L'**hélichryse italienne** (*Helichrysum italicum oil*) concerne seulement 10 nouveaux produits. Les pays concernés sont la France (30 %), l'Indonésie et la Chine (respectivement 20 %), l'Italie, les USA et la Croatie (respectivement 10 %).

L'engouement récent pour cette huile essentielle, fortement appréciée en aromathérapie, est en train de se tarir pour le secteur de la cosmétique.

Sous-catégorie	2017
Soins du corps	30 %
Soins du visage	30 %
Gels & produits de douche	20 %
Shampooing	10 %
Soins des lèvres	10 %



Hélichryse

II. Ingrédients alimentaires

Alimentation / snacking / plats préparés

On note des lancements avec canneberge (2,33 % monde ; 2,79 % France) et baies de goji (1,9 % France). En effet, ces petits fruits riches en vitamine C sont considérés comme des « aliments santé » et bénéficient d'un effet de mode.

Dans le monde, ce sont les saveurs épicées et le piment qui sont dominants (3,17 % et 2,16 %).

Soupes

Les saveurs aromatiques qui ressortent dans les nouveaux produits sont, pour la France : Basilic 5,26 %, ortie (3,01 %), gingembre (2,26 %), épices (2,26 %), coriandre (1,50 %). Pour le monde, ce sont les épices (2,35 %), basilic (2,31 %), gingembre (1,86 %).

À noter l'ortie qui semble être appréciée des consommateurs.

Desserts

C'est la menthe qui ressort : 1,10 % des nouveaux produits dans le monde, 1,38 % en France.

Pour les autres produits alimentaires, aucun arôme de plante aromatique n'est mentionné en particulier en France et dans le monde.

Boissons chaudes

Pour les nouveaux produits en France, les arômes les plus fréquents sont les menthes (6,8 %) qui constituent le 1^{er} arôme, le gingembre (2,89 %), la verveine (3,06 %).

On rencontre aussi l'hibiscus, le jasmin, le fenouil, la mélisse, la lavande, la citronnelle, l'anis, le curcuma, le romarin, le thym, le basilic sacré, l'échinacée, la rose, le ginseng, l'aubépine, la coriandre, la sauge, la cardamome, la marjolaine, la chicorée, la racine d'angélique, le sureau, le basilic, le safran, la passiflore, l'anis étoilé et le ginkgo biloba.

Boissons énergisantes

Ce sont surtout des boissons à arôme fruité. On peut noter l'arôme de gingembre dans 2,86 % des sorties françaises.

Boissons gazeuses

Là aussi, en France, ce sont surtout des boissons à arôme fruité ou de cola. Gingembre et menthe concernent respectivement 1,56 % des sorties, guarana et sureau 0,78 %.

Jus

Là encore évidemment, ce sont surtout des boissons à arôme fruité. On note la présence de gingembre (2,84 %), chia et menthe (1,89 %), curcuma (0,95 %), guarana (0,71 %), hibiscus et basilic (0,47 %), sureau, fenouil et persil (0,24 %).

En conclusion pour les boissons, on note la présence du gingembre, commune à toutes les boissons.

III. Ingrédients cosmétiques

Pour les sorties de nouveaux produits en France, les tendances de plantes à parfum qui sont les plus importantes sont :

- **Produits capillaires** : camomille (1,35 % des nouveaux produits), rose (0,73 %), eucalyptus (0,52 %).
- **Produits de bain et de douche** : rose (2,58 %), lavande (2,37 %), verveine (1,55 %), jasmin (1,24%), patchouli (0,82 %).
- **Déodorants** : hibiscus et verveine (1,35 %).
- **Soins du corps** : rose (2,92 %), monoï (2,52 %), jasmin et patchouli (0,8 %), tiaré, lavande et ylang-ylang (0,66 %).

Nous pouvons noter que ce sont des fragrances plutôt classiques.



Rose, jasmin, verveine

