

# Les étiquettes des compléments alimentaires

---

## Sommaire

<b>1. Réglementation</b>	<b>Page 2</b>
<b>2. Mentions obligatoires</b>	<b>Page 3</b>
<b>3. Mentions facultatives</b>	<b>Page 5</b>
<b>4. Mentions interdites</b>	<b>Page 5</b>
<b>5. Et dans tout ça l'étiquette !!!</b>	<b>Page 6</b>
<b>6. Quelle étiquette pour vos produits ?</b>	<b>Page 7</b>
6.1 Quels sont les avantages d'une étiquette adhésive ?	Page 7
6.2 Comment est conçue mon étiquette ?	Page 8
6.3 Comment se présente mon étiquette ?	Page 9
6.4 Comment est imprimée mon étiquette ?	Page 10
<b>7. Quelle matière choisir</b>	<b>Page 12</b>
<b>8. Quelques modèles pour flacons, étuis, doypacks</b>	<b>Page 14</b>
<b>9. Remerciements</b>	<b>Page 15</b>

Le nombre de compléments alimentaires présent sur le marché a considérablement augmenté ces dernières années.

En prenant une décision d'achat, les clients sont essentiellement influencés par trois facteurs.

- *Influence extérieure : **ils sont influencés par des communications marketing dans les médias.***
- *Influence d'autrui : ils sont convaincus par les opinions de leurs amis et leur famille.*
- *Influence personnelle : ils disposent de connaissances personnelles et développent des attitudes et des croyances basées sur des expériences passées.*

Les trois principales sources d'influence sont toujours entrelacées, mais dans des proportions différentes.

**Il est donc essentiel que votre packaging de complément alimentaire attire l'œil du premier regard, et que son étiquette permette une lecture efficace et rassurante pour le consommateur afin qu'il retienne votre produit.**

## 1. Côté réglementation, sur quoi s'appuyer :

- **La directive 2002/46/CE** : elle donne une définition des compléments alimentaires et donne des indications sur leur étiquetage et leur mise sur le marché en Europe. Cette directive a été transposée en droit français par le décret n°2006-352 relatif aux compléments alimentaires. Il prévoit une notification obligatoire des compléments alimentaires à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) avant leur mise sur le marché, et précise notamment les modalités d'étiquetage, la liste positive de nutriments autorisés dans les compléments alimentaires ainsi que leurs Doses Journalières Maximales (DJM).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?qid=1532697727107&uri=CELEX:32002L0046>

Sur la base de ce décret, les arrêtés suivants ont été publiés :

- **Arrêté du 9 mai 2006** modifié relatif aux nutriments pouvant être employés dans la fabrication des compléments alimentaires ;
- **Arrêté du 14 juin 2006** modifié relatif aux modalités de transmission des déclarations de première mise sur le marché ;
- **Arrêté du 24 juin 2014** établissant la liste des plantes, autres que les champignons, autorisées dans les compléments alimentaires et les conditions de leur emploi.

- **Le règlement (CE) n°1924/2006** : il prévoit quant à lui des mentions obligatoires en cas d'usage d'une allégation nutritionnelle ou de santé.  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=celex%3A32006R1924>
- **Le règlement (UE) n°1169/2011** : il garantit la protection du consommateur en imposant un étiquetage précis des compléments alimentaires.  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex%3A32011R1169>

### **Réglementation des compléments alimentaires Bio :**

Les compléments alimentaires biologiques répondent à des Règlements spécifiques en plus des règlements généraux précédemment cités :

- **Règlement CE n°834/2007** relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques (et ses annexes),  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:02007R0834-20130701&from=EN>
- **Règlement CE n°889/2008** portant modalités d'application du règlement CE n°834/2007 du Conseil relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques en ce qui concerne la production biologique, l'étiquetage et les contrôles,  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A32008R0889>
- **Règlement CE n°1235/2008** portant modalités d'application du règlement CE n°834/2007 du Conseil en ce qui concerne le régime d'importation de produits biologiques en provenance des pays tiers.  
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=celex:32008R1235>

## **2. Vous vous demandez quelles mentions doivent obligatoirement figurer sur vos étiquettes de compléments alimentaires ?**

Afin de contrôler la fiabilité du produit, le consommateur doit pouvoir lire clairement les mentions suivantes sur l'étiquette :

**La dénomination légale de vente** : elle doit être précisée sur le packaging, c'est à dire que le mot « complément alimentaire » doit apparaître pour qu'il n'y ait aucune ambiguïté quant à la nature du produit que vous proposez.

**Une indication relative à la nature des actifs utilisés** : il doit être indiqué si le produit est à base de vitamines, minéraux, plantes, acides aminés, huiles essentielles, etc.

**La forme du produit** : gélules, pilules, comprimés à croquer, gummies, poudre ...

**La quantité nette** : soit en unité de volume (L, cl, ml) s'il s'agit d'un produit liquide, soit en unité de masse : g, mg pour les autres formes du produit. Le nombre d'unités peut être également mentionné être encore plus précis.

**La date limite de consommation ou date de durabilité minimale** : elle doit être précisée sur le packaging.

### **Le mode d'emploi :**

- les précautions d'utilisation (femmes enceintes et allaitantes, enfants, interaction possible avec un médicament, ...),
- les conseils d'utilisation (posologie, heure de prise, ...)
- les conseils de conservation (à conserver à température ambiante, à l'abri de la lumière, dans un endroit sec, ...)

doivent être mentionnés pour assurer la bonne utilisation du complément alimentaire et la sécurité du consommateur.

**Le numéro de lot :** cette indication permet d'identifier et de tracer vos produits en cas de défaut, de recherche ou de réclamation.

### **Le pays d'origine**

### **L'adresse et les coordonnées du responsable de la mise sur le marché**

### **Le nom commercial de la société**

**La liste complète des ingrédients énumérés par ordre d'importance :** les actifs les plus présents dans le produit doivent apparaître au début de la liste. Une indication relative à la nature de ces composants doit être mentionnée (notamment pour les additifs alimentaires : par ex la pectine doit être accompagnée de « agent gélifiant »).

**Les allergènes :** si le produit contient des ingrédients susceptibles de provoquer des réactions allergiques, ils doivent être mentionnés. Ils devront être mis en évidence afin d'être clairement distingués du reste de la liste d'ingrédients.

**La quantité journalière recommandée :** les quantités des ingrédients sélectionnés doivent être mentionnées par portion journalière recommandée. Elles doivent également être exprimées en pourcentage de l'apport de référence pour une dose quotidienne : par exemple, lorsque l'on consomme XX comprimés qui contiennent XX mg de vitamine C au total, cela correspond à XX% des apports en vitamine C recommandés sur une journée.

### **Les avertissements :**

- Un avertissement contre le dépassement de la dose journalière pour limiter les risques de surdosage.
- Un avertissement indiquant que les produits doivent être tenus hors de la portée des jeunes enfants.
- Une déclaration visant à éviter que les compléments alimentaires ne soient utilisés comme substituts d'un régime alimentaire varié.

<https://www.synadiet.org/les-complements-alimentaires/etiquetage>

### 3. Vous souhaitez communiquer davantage sur vos étiquettes ? Abordons les mentions facultatives que vous pouvez indiquer :

**Les conseils** : possibilité de donner des conseils d'hygiène de vie sur les packagings dans le but de renforcer les effets du produit.

**Les allégations nutritionnelles et de santé** : elles correspondent aux propriétés particulières d'un complément alimentaire.

- Les allégations nutritionnelles concernent toute allégation qui affirme ou suggère qu'une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques particulières de par l'énergie qu'elle fournit ou les nutriments qu'elle contient : « Favorise la digestion », « Contribue au bon fonctionnement du système immunitaire », « Riche en », « Source de », « A teneur réduite en », ...
- Les allégations de santé concernent quant à elles toute allégation qui affirme ou suggère l'existence d'une relation entre un produit alimentaire et la santé : bon fonctionnement de l'organisme, développement et santé de l'enfant, contrôle du poids, etc.

### 4. Quant aux mentions interdites !

Il est interdit d'utiliser une allégation nutritionnelle ou de santé qui n'est pas expressément autorisée dans la réglementation car ces fausses allégations pourraient tromper le consommateur final.

De ce fait, les allégations de santé concernant le traitement ou la prévention de maladie sont interdites sauf exception mentionnée dans les règlements cités plus haut. En effet, la consommation de compléments alimentaires, qui repose souvent sur l'automédication, est fondamentalement différente de celle des médicaments et ne peut donc pas prétendre prévenir, traiter ou guérir des maladies.

Enfin, il est strictement interdit de faire référence aux recommandations d'un professionnel de santé et de laisser penser que le consommateur court un risque en ne consommant pas le complément alimentaire.

## En résumé...

***Pour inciter le consommateur à faire le choix de VOS compléments alimentaires, celui-ci devra pouvoir décrypter facilement l'étiquette du produit... d'où votre intérêt d'énoncer clairement les spécificités mentionnées plus haut.***

La mention « complément alimentaire » doit être très visible, et la composition complète du produit très lisible pour mettre le consommateur en confiance. Les conseils d'utilisation et les avertissements lui permettront aussi de savoir quelles sont les contre-indications et les précautions d'emploi ce qui contribuera également à le rassurer.

Vos compléments alimentaires sont « **Fabriqués en France** » ? N'hésitez pas à le mentionner car ce sera pour le consommateur une preuve du respect de la réglementation française plus stricte que dans d'autres pays.

## 5. Et dans tout ça l'étiquette !!!

Opter pour une étiquette qui affiche sa MARQUE, c'est :

### – Affirmer sa présence

Une marque existe grâce à un nom et une identité visuelle, parfois grâce à des signes distinctifs forts (musique, slogan parlé...). On ne doit pas vous confondre avec un concurrent. Et n'en doutez pas, même le plus petit fabricant a droit à SON identité, son image... cela lui est même fortement conseillé pour se développer.

### – Être identifiable et remarquable

Avoir une image forte que le consommateur pourra mémoriser est primordial. Sans marque, aujourd'hui, il est très difficile d'exister et même de survivre. Rares sont encore les fabricants qui vivent uniquement grâce au « bouche à oreille ». Votre visibilité est donc essentielle pour valoriser et vendre vos produits... il faut absolument l'entretenir.

### – Convertir le consommateur en client

Ne pas avoir de marque, c'est lever de la valeur à ce que vous faites. Il sera plus difficile de savoir qui vous êtes et où vous trouver. Le consommateur est sollicité en permanence, que ce soit dans les magasins, via des newsletters, les réseaux sociaux, la TV, et même la radio ; il a donc besoin d'informations rassurantes avant de se laisser convaincre pour acheter.

### **- Vous distinguer de la concurrence**

Le nombre de fabricants grandissant chaque jour en France, un produit affichant votre marque contribuera à faire connaître votre identité et votre savoir-faire et vous permettra de passer de l'ombre à la lumière.

### **- Véhiculer vos valeurs**

Rien de mieux pour se différencier que d'afficher qui l'on est. Vos valeurs et la qualité de vos produits vous sont propres et c'est au travers de vos packagings et donc par l'étiquette - votre vendeur silencieux - que vous créez LA différence.

### **- Avoir une communication forte**

Cultiver votre identité visuelle permettra au consommateur de garder à l'esprit votre savoir-faire.

## **6. Mais alors quelle étiquette pour vos produits ?**

### **6.1 - Quels sont les avantages d'une étiquette adhésive ?**

Conçue sous différentes formes et dans différentes matières et finitions, elle contribue à personnaliser vos produits en véhiculant votre Marque.

En termes d'avantages, on peut citer une très grande rapidité de réalisation, une bonne facilité de pose, un coût particulièrement intéressant et la possibilité de réaliser aussi bien des petites que de grandes séries.

Afin d'éviter une déclinaison de packaging pour chacune des variétés d'une gamme, ce qui peut être onéreux, utiliser des étiquettes adhésives peut être un moyen efficace, bon marché et qualitatif, de créer des identités visuelles différenciées.

Grâce à l'étiquette adhésive, la communication s'étend à la sécurité et l'information du consommateur.

## 6.2 - Comment est conçue mon étiquette ?

L'étiquette adhésive est composée d'un complexe comprenant trois éléments principaux :



### Le Frontal :

Le frontal est constitué d'un matériau papier ou synthétique destiné à être imprimé. Sa conception sera étroitement liée à la qualité d'impression en fonction du procédé utilisé.

#### Frontaux papier :

- Papiers certifiés FSC
- Papiers couchés et non couchés
- Papiers structurés
- Papiers métallisés
- Papiers thermiques

#### Frontaux synthétiques :

- Polyéthylène (PE)
- Polyester (PET)
- Polypropylène (PP)

Le choix du frontal : épaisseur, opacité, brillance, rugosité, rigidité, etc... sera déterminé par l'application et les choix marketing.

Par ailleurs, pour avoir une bonne tenue dans le temps, le frontal doit présenter des paramètres de résistance à des contraintes chimiques, à l'humidité, au froid, ou à des contraintes mécaniques comme les frottements.

### La masse adhésive :

La masse adhésive également devra présenter des paramètres de résistance à toutes ces contraintes.

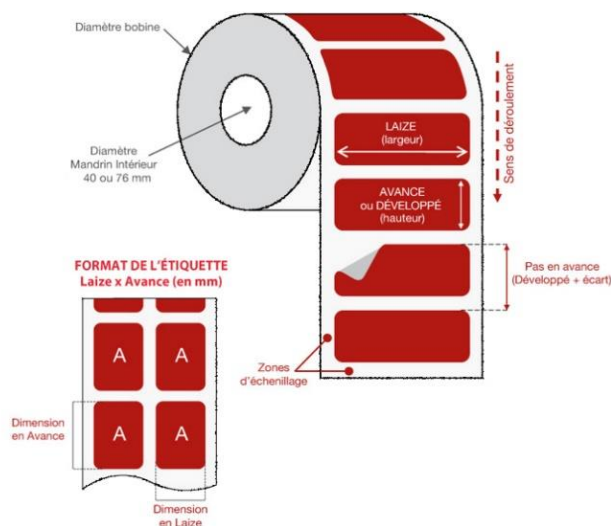
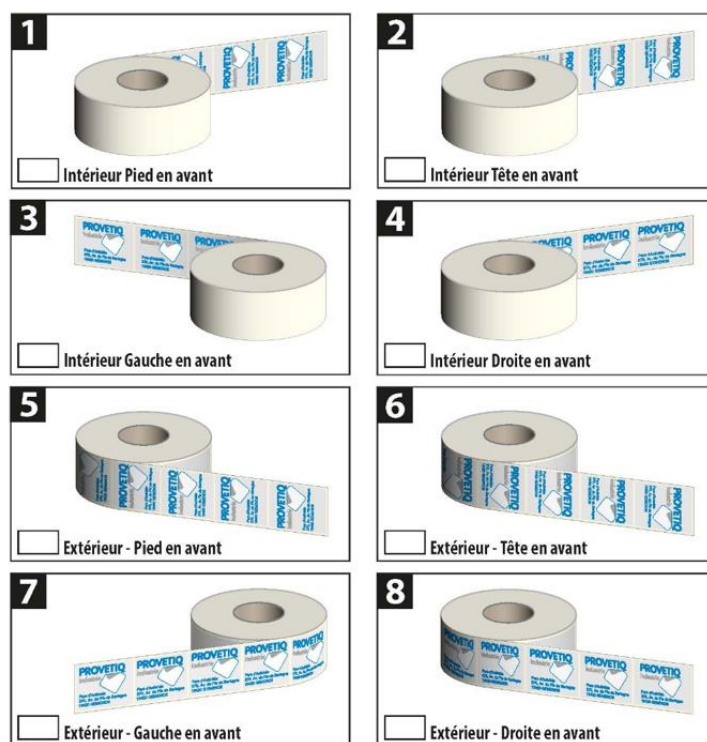


Permanent ou repositionnable, à base acrylique ou caoutchouc (Hot-melt), l'adhésif devra assurer l'assemblage entre le frontal et le contenant, selon l'utilisation finale des étiquettes.

### Le dorsal ou backing :

La partie dorsale est généralement constituée soit d'un papier siliconé (glassine), soit d'un support PET. Le silicone va permettre une scission sans effort entre la partie frontale et la partie dorsale. En résumé, c'est la prise en considération des besoins et la combinaison de ces 3 éléments qui assureront la performance de l'identification.

### 6.3 - Comment se présente mon étiquette ?



## 6.4 - Comment est imprimée mon étiquette ? Avec quel procédé ?

### La typographie

#### Principe de la Typographie

La typographie consiste à graver une plaque en relief (cliché) qui constituera la forme imprimante. Les parties en relief de cette plaque sont ensuite encrées (encre grasse) pour venir au contact du frontal sur lequel l'encre est déposée par pression.

#### Avantages de la Typographie

- Réduction des coûts grâce à la mise en route rapide du procédé semi rotatif et possibilité de laize papier importante.
- Frais techniques réduits (clichés)

### La flexographie

#### Principe de la flexographie U.V

La flexographie est un procédé d'impression rotatif. La forme imprimante est déterminée par un cliché photopolymère encré de manière maîtrisée par la racle et l'anilox ; le cliché vient ensuite au contact direct du frontal à imprimer. Les encres UV (encre liquide) sont de plus en plus utilisées pour leur aspect économique et très qualitatif.

#### Avantages de la flexographie U.V

- Impression de qualité sur supports film ou papier (cliché HD).
- Réduction des coûts sur les grandes séries

### La Sérigraphie

#### Principe de la Sérigraphie

C'est une technique d'impression indirectement inspirée du pochoir classique qui permet d'utiliser tout type d'encre UV (mates, brillantes, satinées, fluorescentes, transparentes) avec une richesse et un contraste de grande qualité sur tout type de support.

L'encre est déposée au travers d'un écran (pochoir) sur le frontal permettant ainsi d'obtenir un aspect en relief des textes (braille) ou des aplats (épaisseur variable). La sérigraphie n'est pas destinée aux impressions en quadrichromie ni aux très grandes séries.

#### Avantages de la Sérigraphie

- Excellente résistance aux agressions de la lumière (solidité des encres)

- Protection contre l'abrasion grâce à des vernis haute résistance
- Reliefs très soignés sans nécessiter de gaufrage.

## L'Offset numérique

### Principe de l'Offset numérique

La forme imprimante est un fichier envoyé depuis le service PAO en flux continu directement au système d'impression.

Le système d'impression HP utilise un blanchet qui mélange les particules ElectroInk en un film lisse. Cela produit l'image de l'impression sur le blanchet qui est transférée ensuite sur le frontal par contact direct.

Les imprimantes numériques permettent de travailler sur une vaste gamme de supports, papiers lisses ou structurées, papiers éco-responsables, matières synthétiques, supports métallisés...

La quadrichromie est obtenue par le mélange des 4 couleurs primaires Cyan Magenta, Jaune, Noir.

L'hexachromie permet, quant à elle, de se rapprocher au plus près des tons Pantone. L'orientation colorimétrique est donc à définir avec l'imprimeur.

### Avantages de l'Offset numérique

- Impression de haute qualité avec un véritable aspect offset.
- Possibilité de numérotation ou sérialisation
- Impression de variables : texte ou graphique en continu
- Possibilité d'amalgamé en laize et en avance sur un même support
- Procédé le plus adapté pour tirages de petites et moyennes séries.
- Choix étendu de supports
- Coûts réduits : pas d'opération intermédiaire tel que fabrication de films, de clichés ou de plaque et réduction des temps de calage.

## Les Finitions

### La dorure à chaud

La dorure à chaud consiste à transférer sur l'étiquette un film or, argent ou autre couleur, déposé par un cliché magnésium ou laiton. Le marquage à chaud est utilisé pour ennoblir des produits hauts de gamme : bouteilles de vin, spiritueux, cosmétiques, conditionnement de luxe...

La dorure à chaud permet une grande finesse sur différents supports.

### Le gaufrage

Le gaufrage d'étiquette consiste à donner du relief par une action mécanique (pression) sur un support.

Le résultat obtenu permet une mise en valeur d'une partie de l'étiquette en révélant une typographie, un logo, une forme ...

### La dorure galbée

La dorure galbée permet de réaliser plusieurs reliefs de différents niveaux sur un même support, en associant le transfert à chaud et le gaufrage  
Cet embellissement visuel est souvent utilisé pour les étiquettes de produits hauts de gamme.

### Le pelliculage

Le pelliculage ajoute une couche mince d'un film brillant, mat, ou soft touch à l'étiquette.

Outre son rôle d'ennoblissement, le pelliculage assure également une protection de l'impression des agressions chimiques ou mécaniques (abrasion).

## 7. Quelle matière choisir ?

Labellisé **Imprim' vert** depuis 2014, nous avons considérablement réduit les impacts environnementaux liés à notre activité en optant pour des choix stratégiques, écologiques et une FABRICATION 100% FRANCAISE.

Après étude, il en est ressorti que la plupart des fabricants utilisent des matières que nous nommerons « **matières classiques** », **papiers et synthétiques**,

Afin de compléter notre démarche ECO-RESPONSABLE, nous avons écrit ce livre blanc afin de vous guider vers de nouveaux choix **éco-responsables : matières biosourcées, vegan, recyclées et recyclables, etc...**

Quelques matières avec lesquelles « vos compléments alimentaires prendront de la valeur » :

- **APPLE TOUCH** : Papier composé de 5% de **déchets de pomme**
- **WOODSTOCK BETULLA** : Papier écologique d'aspect chiné contenant 80% de **fibres recyclées**
- **CANE FIBER PAPER** : Papier fabriqué à partir de 95% de **fibres de canne à sucre** et de 5% de **fibres de chanvre et de lin**.
- **MINERAL PAPER** : Papier fabriqué avec un mélange de carbonate de calcium et polyéthylène, **renouvelable et recyclable**

- **GRAPE TOUCH** : Papier composé de 15% de **déchets de raisin** provenant de la production de vin
- **FRELIFE MERIDA** : Papier recyclé à base de **coton** (5%) et de **fibres recyclées** (40%)
- **EDEN** : Papier naturel composé de 50% de **fibres d'herbe séchée** et de fibres de cellulose vierges pures

D'autres matières peuvent vous être proposées, notamment une **GAMME VEGAN** qui respecte la vie animale en vous garantissant :

- ✓ que les produits ne contiennent pas d'ingrédient d'origine animale
- ✓ qu'ils ne sont pas testés sur les animaux
- ✓ qu'ils ne contiennent pas d'ingrédient d'origine animale génétiquement modifié (OGM)

*adhesifs certifiés par l'organisme international de contrôle et de labellisation Expertise Vegan Europe (label **Eve Vegan®**)*

N'hésitez pas à revenir vers nous pour demander votre étude personnalisée.

# PROVETIQ

270 Av. du Pic de Bertagne  
Parc d'activités  
13420 Gémenos  
04 42 32 26 26  
[info@provetiq.com](mailto:info@provetiq.com)

[www.provetiq.com](http://www.provetiq.com)



## 8. Quelques produits étiquetés : doypacks, flacon, étuis...



**Nous sommes ravis d'avoir partagé ces instants d'écriture et de lecture avec vous et vous remercions de l'intérêt que vous y avez porté.**

**Nous espérons que ce « recueil » vous a plu car c'est avec passion pour notre métier que l'avons rédigé, dans le but de vous informer et de vous partager les nouvelles tendances en matière d'étiquetage.**

**Nous restons bien sûr à votre disposition si vous souhaitez d'autres renseignements que nous aurions pu omettre, et pour aller plus loin, ensemble, dans vos nouveaux projets d'étiquettes.**

**Vous pouvez également faire une demande d'échantillons de matières par simple mail à notre service marketing en précisant « vos envies ».**

**[info@provetiq.com](mailto:info@provetiq.com)**

