

Médicaments anti-obésité : quels impacts sur les industries agro-alimentaires ?

28 février 2025

Podcast

Podcast: GLP-1 drugs and the impact on food and beverages

12 December 2024 11:01 RaboResearch



Consumer Foods to Go

Consumer Foods to Go is a podcast with...



Cyrille Floit

Global Strategist - Consumer Foods,...



More authors

Over the past 12 months, Ozempic and similar drugs have been hailed in the news as miracle solutions for rapid weight loss with minimal side effects. Weight loss often happens because of the changes in food and beverage consumption that these drugs trigger. In this episode of Consumer Foods to Go, Maria Castellano and Cyrille Floit discuss the impact of GLP-1 drugs on the food sector with podcast regular Nick Fereday. There is an impact, but much remains unknown.



Consumer Foods to Go

GLP-1 drugs and the impact on food and beverages

00%

00:00:00 / 00:35:35

+30

Rabobank

En décembre 2024, une note de N. Fereday (RaboResearch) et [un podcast](#) abordaient les impacts, avérés et potentiels, de nouveaux médicaments (analogues de l'hormone de satiété GLP-1), utilisés aux États-Unis pour lutter contre la diabète et l'obésité. Il est rappelé que 40 % des américains sont obèses et que les prescriptions de médicaments originaux (Ozempic pour Novo Nordisk, Zepbound pour Eli Lilly, etc.) concerneraient 1,5 % de la population adulte à la mi-2024. En inscrivant ces médicaments sur la liste des produits en rupture de stock, l'Agence américaine des produits alimentaires et médicamenteux (FDA) a cependant permis leur préparation par les pharmacies de ville, à des prix moins élevés. Au total, plusieurs enquêtes estiment le niveau réel de prescription à 10-12 % de la population, soit 25 à 30 millions de personnes. Selon les distributeurs alimentaires, l'effet coupe-faim aurait déjà des répercussions sur le panier d'achats, avec une légère réduction des quantités, et une réorientation vers une alimentation plus saine. Les entreprises agro-alimentaires ciblent cette clientèle en diminuant les portions ou en ajoutant des protéines pour compenser la perte de muscle. Certaines développent des marques dédiées, comme Nestlé avec [Vital Pursuit](#).

Source : [Rabobank](#)