

, indique Catherine Kabaradjian (Bayer HealthCare).>, confirme la responsable Formulation des produits gastro-intestinaux et compléments nutritionnels de Bayer HealthCare. Les comprimés secs et les gélules ne nécessitent pas vraiment d'arôme et l'approche n'est pas la même quand il s'agit d'un sirop ou d'un comprimé effervescent. Sur l'introduction d'arômes, notre équipe de galénistes du site d'Agen travaille particulièrement sur les formes effervescentes, les comprimés orodispersibles, les comprimés à croquer et les sachets pour solution buvable. Au-delà de ces grandes tendances, le marché de l'OTC accueille de nouveaux goûts comme les fruits exotiques et le cassis. Une fois la forme pharmaceutique ainsi que le besoin en arôme définis, reste à trouver la note qui convient. Ils sont pris par le patient sur la base de conseil en pharmacie ou en achat libre. Il faut qu'il convienne au consommateur pour une observance optimale du traitement >>. Il est également utilisé afin que le médicament ait un goût acceptable pour le consommateur >>, note Catherine Kabaradjian (Bayer HealthCare). Les notes d'agrumes masquent très bien cette amertume >>, indique Laurent De Gasquet (Upsa France). Si l'arôme devient un élément important dans les produits OTC, son utilisation répond d'abord à des problématiques industrielles. Il peut être utilisé pour le masquage d'un mauvais goût lié au principe actif ou à un excipient. Les laboratoires doivent être très prudents pour l'aromatisation des produits destinés aux enfants. Tout est alors question de dosage.