




synadiet

Syndicat National des Compléments Alimentaires

CHIFFRES CLÉS 2015

DU MARCHÉ DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES EN FRANCE

MARS 2016



RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION EN 2015

Répartition des ventes en pharmacie, parapharmacie, Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), vente à distance, vente par correspondance, e-commerce, vente directe en France

MARS 2016

QUE RETENIR DE 2015 ?

Les événements marquants de 2015 :

- ✓ Les compléments alimentaires en France représentent **1,54 Md€ de chiffre d'affaires** en 2015 (*sorties consommateur en prix de vente TTC*)
- ✓ Un marché globalement dynamique avec une croissance de **+ 3,9 %** par rapport à 2014
- ✓ L'année 2015 est marquée par le **recul global de la minceur** (-3,5%/n-1 en pharmacie, -5,2%/n-1 en parapharmacie et -1%/n-1 en GMS) après 2 années de très forte croissance.
- ✓ **Les promesses santé** poursuivent leur développement, notamment le stress/sommeil (+14,5%/n-1 en pharmacie et en parapharmacie et +6,5%/n-1 en GMS) et la digestion (+16,3%/n-1 en pharmacie, + 8,4%/n-1 en parapharmacie et +2,6%/n-1 en GMS).

QUE RETENIR DE 2015 ?

Les événements marquants de 2015 :

- ✓ La **pharmacie** reste le **1^{er} circuit de vente** avec **52 %** des achats consommateurs en valeur, et le plus dynamique (+6%/n-1)
- ✓ **Parapharmacies et GMS** affichent une croissance plus modérée (+1,8%/n-1 et +0,4%/n-1).
- ✓ **Les circuits spécialisés** continuent leur développement avec notamment l'ouverture de points de vente qui se poursuit (magasins bio, boutiques spécialisées).
- ✓ Le circuit internet est en croissance alors que la vente par correspondance est en très net recul, ce qui place **la vente à distance** globale avec une évolution à -2%/n-1.

RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Le marché des compléments alimentaires en 2015

	CA 2014 (M€)	CA 2015 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL	1 485	1 542	+ 3,9 %
Pharmacies ⁽¹⁾	756	801	+ 6,0 %
Parapharmacies ⁽¹⁾	102	104	+ 1,8 %
GMS ⁽²⁾	98	99	+ 0,4 %
Circuits spécialisés (bio/diététique/franchises) ⁽³⁾	237	250	+ 5,4 %
Vente directe + Vente à distance (VPC / E-commerce) ⁽³⁾	291	288	- 1,0 %

(1) Source : IMS Health décembre 2015

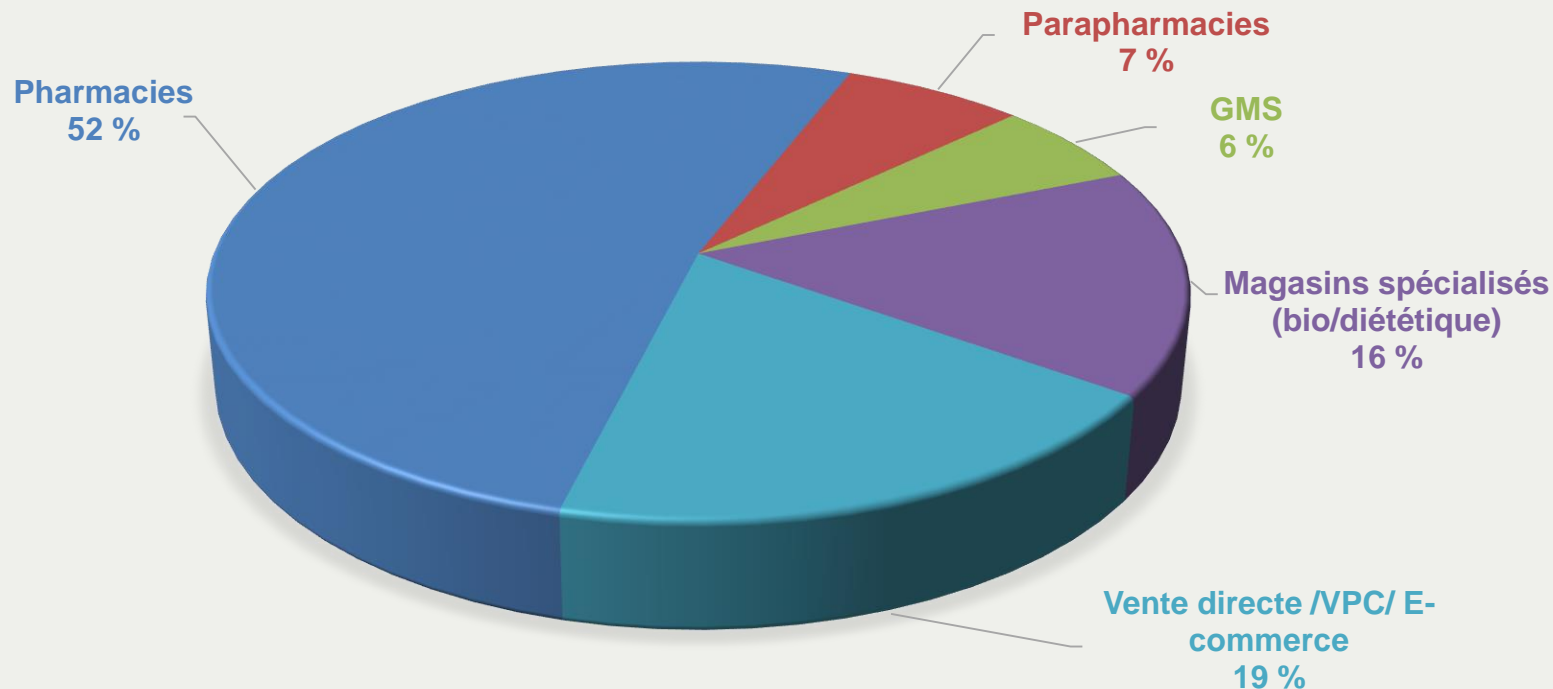
(2) Source : IRI Secodip census décembre 2015

(3) Sources : Distributeurs, FEVAD (Fédération e-commerce et vente à distance), FVD (Fédération de la vente directe)

RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Source : IMS Health, IRI, Données fournisseurs, FVD, FEVAD, données distributeurs. Année 2015.

Le marché des compléments alimentaires en 2015



La **pharmacie** reste le premier circuit d'achat pour les compléments alimentaires (en chiffre d'affaires TTC)



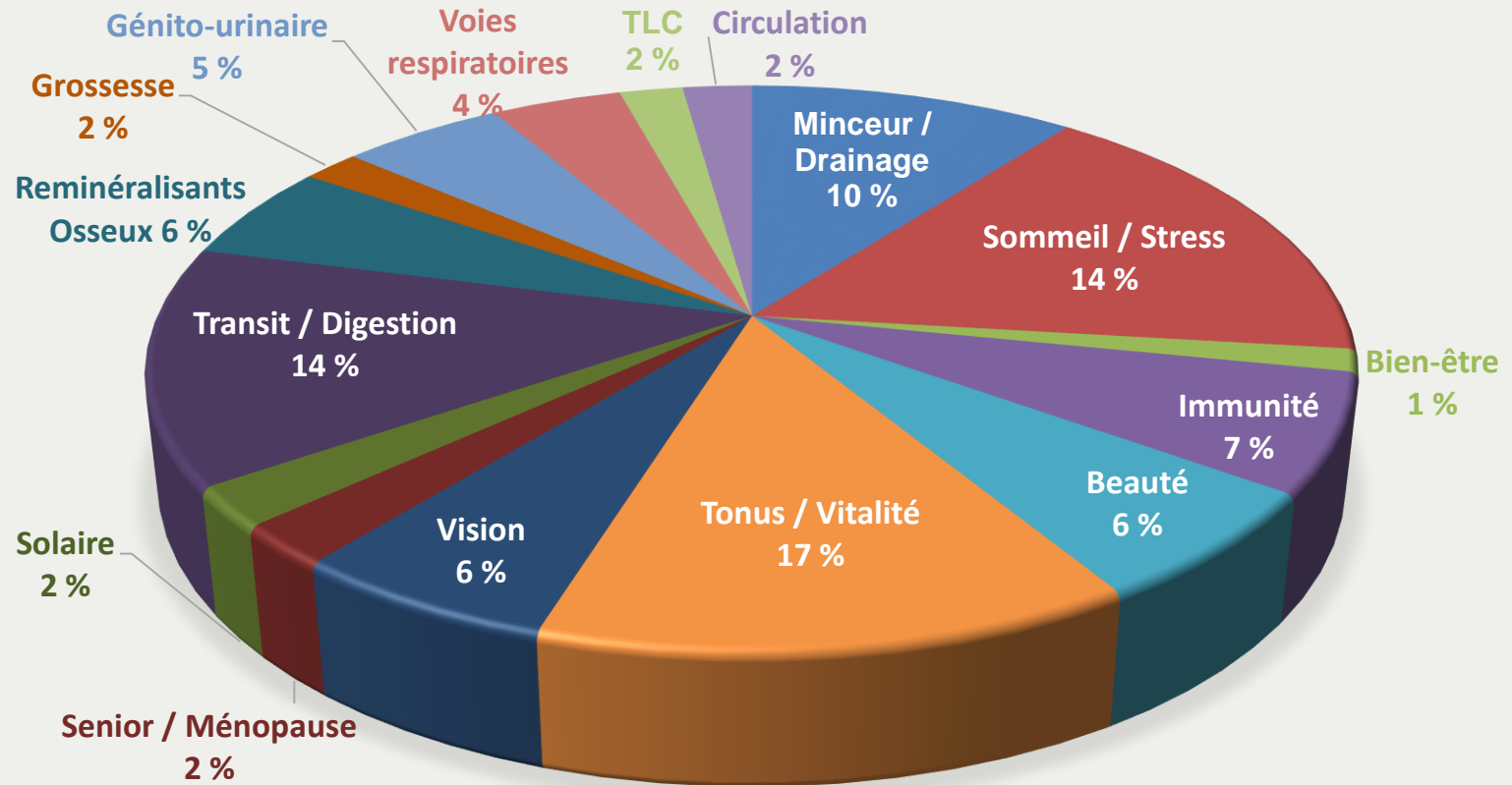
DÉTAIL DES VENTES PAR SEGMENT EN 2015

Détail des ventes par segment
ou par type de point de vente

RÉPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2015

Le marché des compléments alimentaires en 2015



- ✓ Augmentation des ventes des segments "**Reminéralisants osseux**" avec **+19,1 %**, suivi de "**Transit/Digestion**" avec **+16,3 %** et de "**Sommeil/Stress**" avec **+ 14,5 %**
- ✓ Baisse des ventes des catégories "**Senior/Ménopause**" (**-7,6 %**) et "**Minceur/Drainage**" (**-3,5 %**)

RÉPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2015

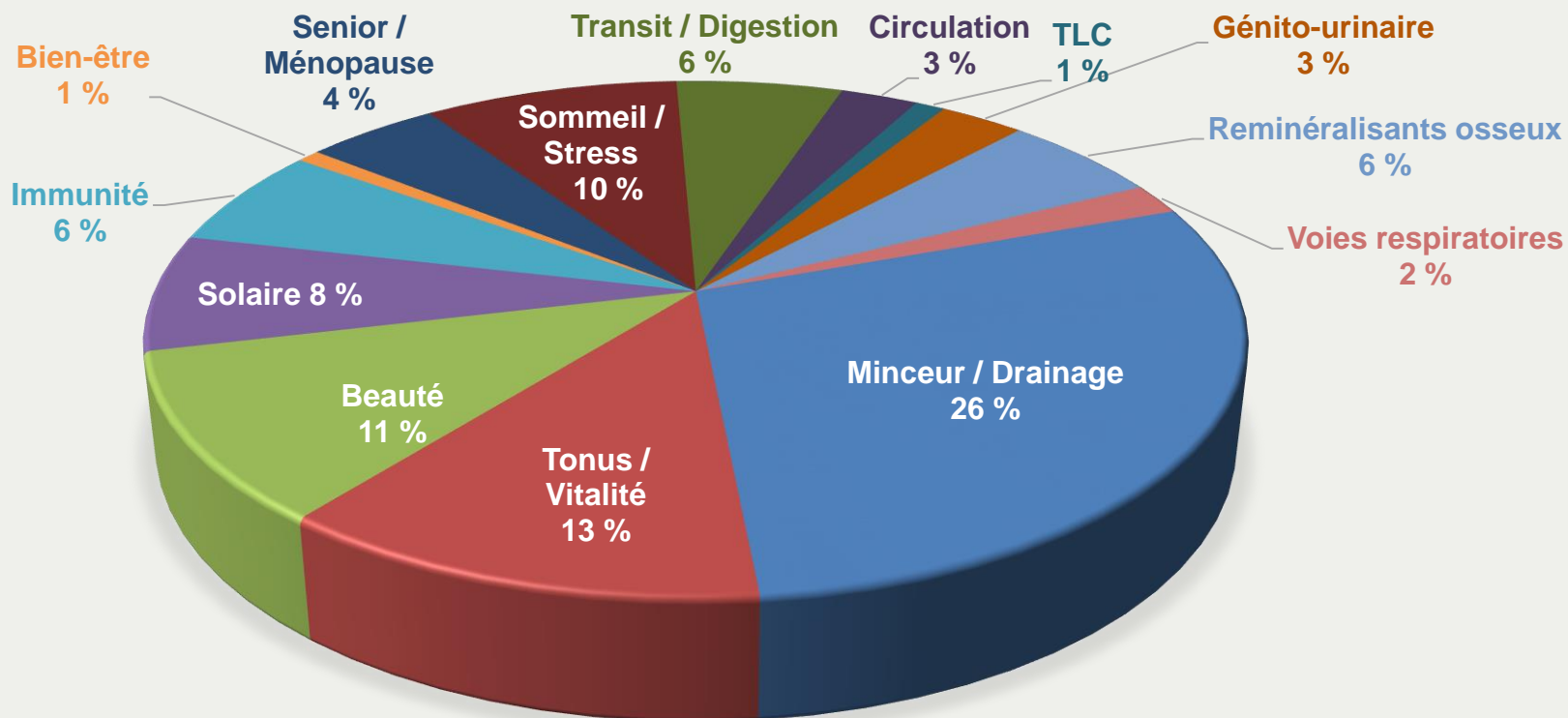
Le marché des compléments alimentaires en 2015

SEGMENT	CA 2014 (K€)	CA 2015 (K€)	Croissance en valeur à fin 2015
MINCEUR / DRAINAGE	86 585	83 531	-3,5%
TONUS / VITALITÉ	122 213	131 846	7,9%
BIEN-ÊTRE	10 212	10 309	0,9%
IMMUNITÉ	54 557	54 184	-0,7%
BEAUTÉ	51 438	50 829	-1,2%
SOMMEIL /STRESS	94 718	108 465	14,5%
VISION	49 980	48 527	-2,9%
SENIOR / MÉNOPAUSE	20 015	18 498	-7,6%
SOLAIRE	16 239	18 215	12,2%
TRANSIT / DIGESTION	93 339	108 580	16,3%
REMINÉRALISANTS OSSEUX	37 219	44 319	19,1%
GROSSESSE	14 988	14 696	-1,9%
GÉNITO URINAIRE	40 969	41 671	1,7%
VOIES RESPIRATOIRES	31 310	33 481	6,9%
TLC (<i>Troubles lipido-cardiovasculaires</i>)	15 050	16 187	7,6%
CIRCULATION	17 238	17 778	3,1%
TOTAL	756 072	801 119	+6,0%

RÉPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2015

Le marché des compléments alimentaires en 2015



- ✓ Les segments "**Sommeil/Stress**" (+14,5 %), « **Tonus** » (+8%/n-1) et « **Digestion** » (+8,4%) enregistrent les plus fortes croissances
- ✓ Baisse des promesses "**Beauté**" (-6,2 %), "**Solaire**" (-5,5 %), et "**Minceur/Drainage**" (-5,2 %).

RÉPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2015

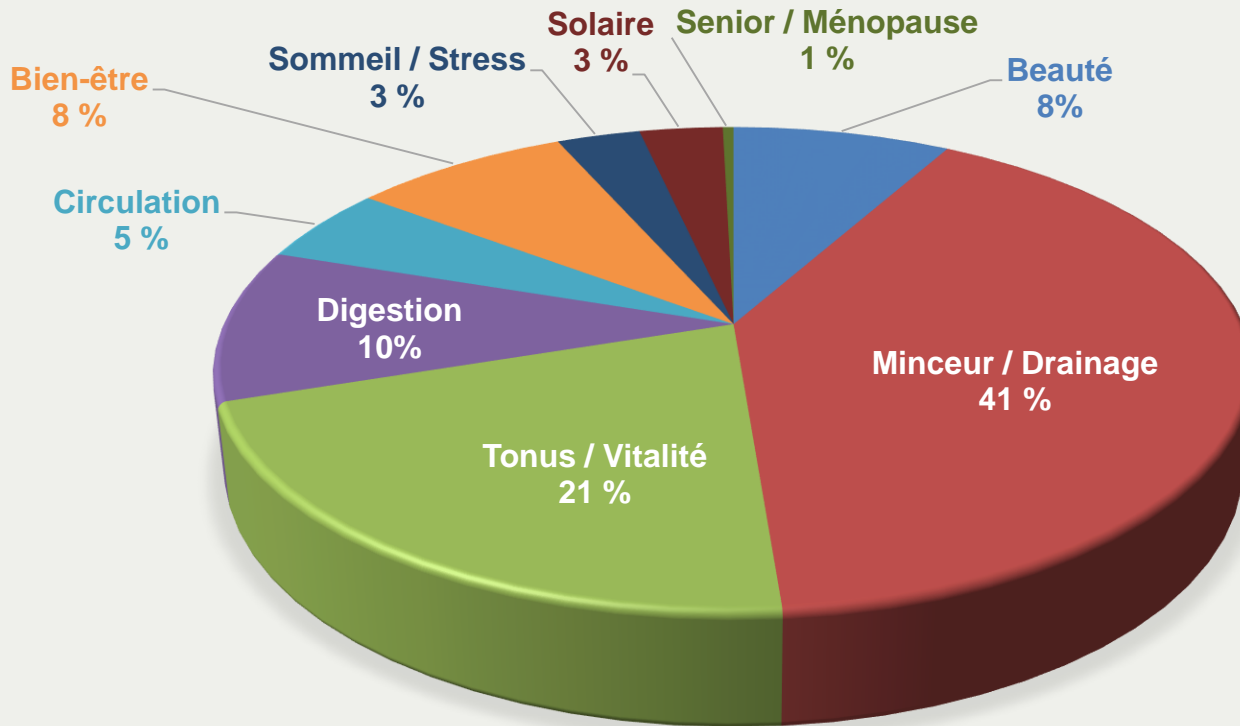
Le marché des compléments alimentaires en 2015

SEGMENT	CA 2014 (K€)	CA 2015 (K€)	Croissance en valeur à fin 2015
MINCEUR / DRAINAGE	29 024	27 510	-5,2 %
BEAUTÉ	12 862	12 062	-6,2 %
TONUS / VITALITÉ	12 095	13 121	8 %
SOLAIRE	7 477	7 891	5,5 %
IMMUNITÉ	6 271	6 203	-1,1 %
BIEN-ÊTRE (<i>os, urinaire, ophtalmologie, grossesse</i>)	797	899	12,8 %
SENIOR / MÉNOPAUSE	4 705	4 462	-5,2 %
SOMMEIL /STRESS	8 831	10 115	14,5 %
TRANSIT / DIGESTION	5 828	6 316	8,4 %
CIRCULATION	2 776	2 985	7,5 %
TLC (<i>Troubles lipido-cardiovasculaires</i>)	1 077	1 121	4,1%
GÉNITO URINAIRE	2 964	3 012	1,6 %
REMINÉRALISANTS OSSEUX	5 677	5 956	4,9 %
VOIES RESPIRATOIRES	1 916	2 220	15,9 %
TOTAL	102 033	103 875	+1,8 %

RÉPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2015

Le marché des compléments alimentaires en 2015



- ✓ Les ventes en GMS enregistrent une **faible augmentation de +0,4 %/n-1** en 2015
- ✓ **Augmentation** des promesses "**Bien-être**" (+7,6 %) et "**Sommeil/Stress**" (+6,5 %)
- ✓ **Réduction** des ventes du segment "**Senior/Ménopause**" (-18,5 %)

RÉPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2015

Le marché des compléments alimentaires en 2015

SEGMENT	CA 2014 (K€)	CA 2015 (K€)	Croissance en valeur à fin 2015
BEAUTÉ	8 287	8 004	-3,4 %
MINCEUR / DRAINAGE	40 417	40 021	-1,0 %
TONUS / VITALITÉ	21 040	20 850	-0,9 %
DIGESTION	9 822	10 079	2,6 %
CIRCULATION	4 814	5 040	4,7 %
BIEN-ÊTRE (<i>grossesse, os, urinaire</i>)	7 437	8 004	7,6 %
SOMMEIL / STRESS	2 877	3 064	6,5 %
SOLAIRE	2 958	3 063	3,5 %
SENIOR / MÉNOPAUSE	485	395	-18,5 %
Autres	286	296	3,5 %
TOTAL	98 423	98 817	+0,4 %

DÉTAIL MAGASINS SPÉCIALISÉS

Sources : Estimations fabricants et enseignes, publications chiffres franchises

Le marché des compléments alimentaires en 2015

	CA 2014 (M€)	CA 2015 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL (magasins spécialisés)	237	250	+ 5,4 %
Magasins Bio (Enseignes, groupements et indépendants)	123	127	+ 3,0 %
Boutiques diététiques et spécialisées (de type Naturhouse, Dietplus, Bodysano)	114	123	+ 8,0 %

DÉTAIL vente à distance et vente directe

Sources : distributeurs, FEVAD (Fédération de la vente à distance), FVD (Fédération de la vente directe)

Le marché des compléments alimentaires en 2015

	CA 2014 (M€)	CA 2015 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL (VD / VPC /e-commerce)	291	288	- 1,0 %
Vente directe	149	149	0,0 %
Vente à distance (VAD) = Vente par correspondance (VPC) + e-commerce	142	139	- 2,0 %