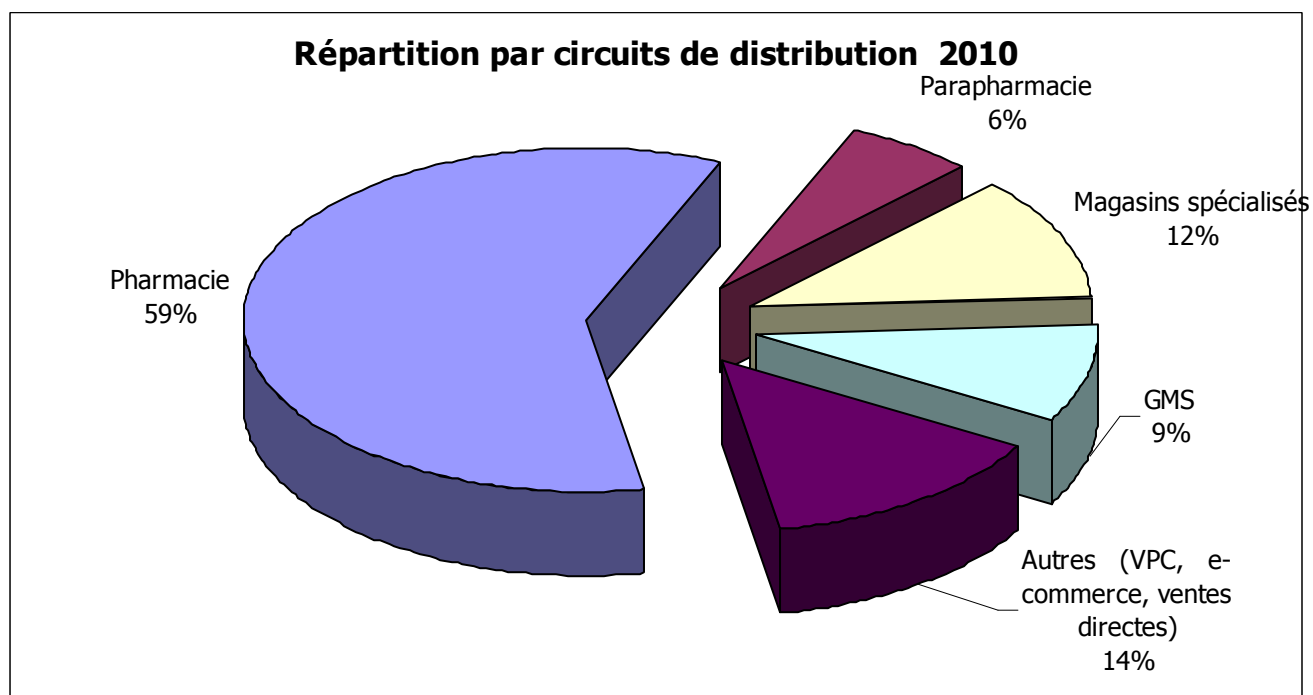


## Répartition du marché des compléments alimentaires par CIRCUITS de DISTRIBUTION

	2010 en millions d'euros	2009 en millions d'euros	variation 2010/2009
Pharmacie <sup>(1)</sup>	569,7	602,0	-5,4%
Parapharmacie <sup>(1)</sup>	60,3	71,4	-15,5%
Magasins spécialisés <sup>(2)</sup>	112,5	116,0	-3,0%
GMS <sup>(3)</sup>	88,2	89,6	-1,6%
Autres (VPC, e-commerce, ventes directes) <sup>(2)</sup>	129,0	129,0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>959,7</b>	<b>1 008,0</b>	<b>-4,8%</b>



(1) Source : IMS

(2) Source : Estimations fabricants

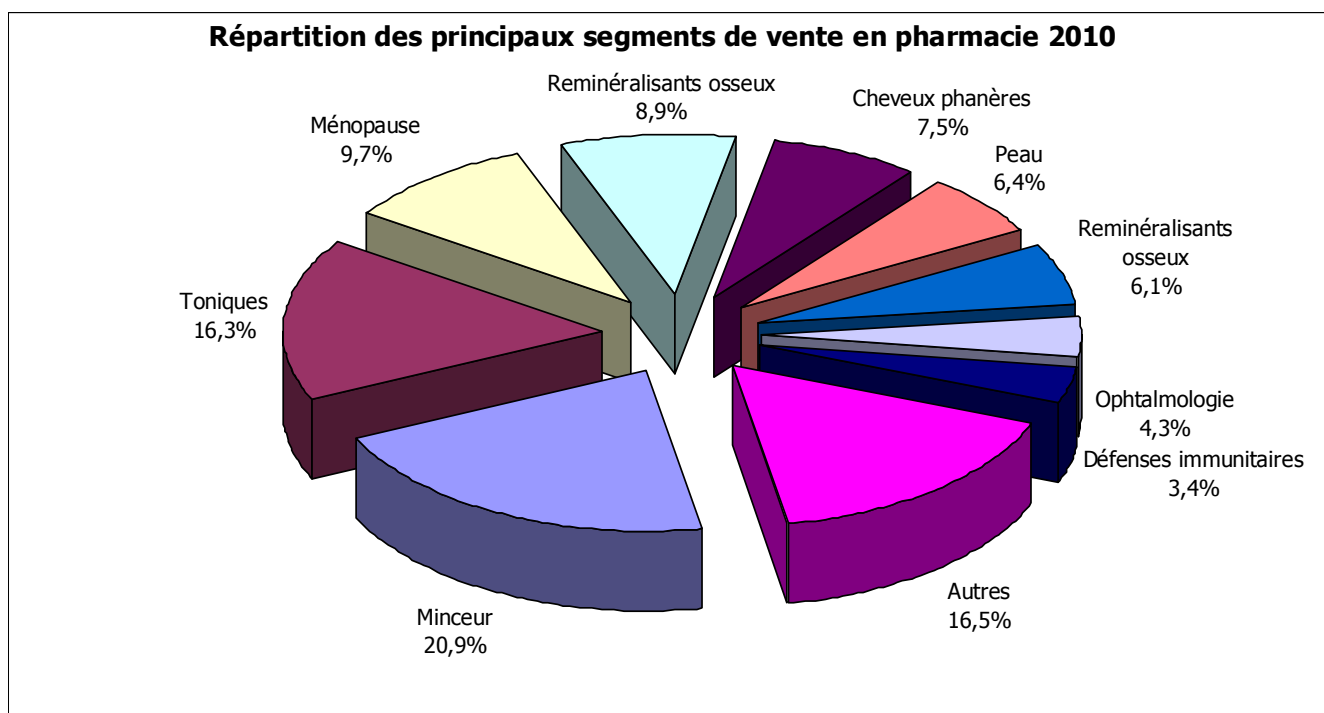
(3) Source : IRI

# Le Marché des compléments alimentaires

## 1 - Les principaux segments de vente en PHARMACIE <sup>(1)</sup> :

Répartition par FONCTIONION

	2010 en millions d'euros	2009 en millions d'euros	variation 2010/2009
Minceur	119,1	136,5	-12,8%
Toniques	92,9	104,7	-11,3%
Défenses immunitaires	55,3	55,8	-1,0%
Ophtalmologie	50,7	50,8	-0,3%
Stress et sédatifs	42,7	42,9	-0,3%
Cheveux phanères	36,5	36,9	-1,1%
Reminéralisants osseux	34,8	36,9	-5,8%
Ménopause	24,5	26,9	-9,0%
Peau	19,4	22,9	-15,5%
Autres	93,8	87,7	7,2%
<b>TOTAL</b>	<b>569,7</b>	<b>602,0</b>	<b>-5,4%</b>



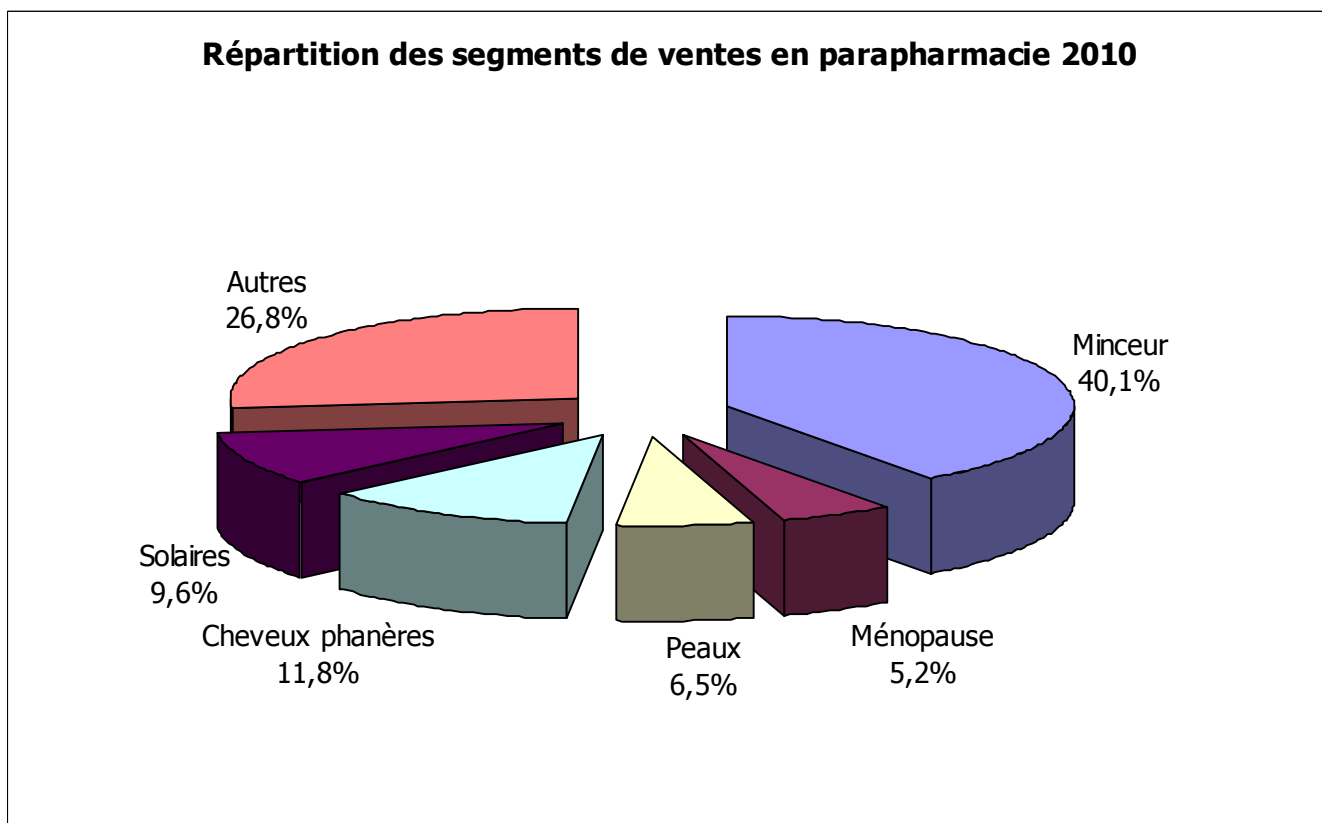
<sup>(1)</sup> Source : IMS

## Le Marché des compléments alimentaires

### 2 - Les principaux segments de vente en PARAPHARMACIE <sup>(1)</sup> :

Répartition par FONCTION

	2010 en millions d'euros	2009 en millions d'euros	variation 2010/2009
Minceur	24,2	32,3	-24,9%
Ménopause	3,1	3,0	3,9%
Peaux	3,9	5,0	-22,0%
Cheveux phanères	7,1	8,0	-11,6%
Solaires	5,8	7,0	-17,8%
Autres	16,2	16,1	0,4%
<b>TOTAL</b>	<b>60,3</b>	<b>71,4</b>	<b>-15,5%</b>



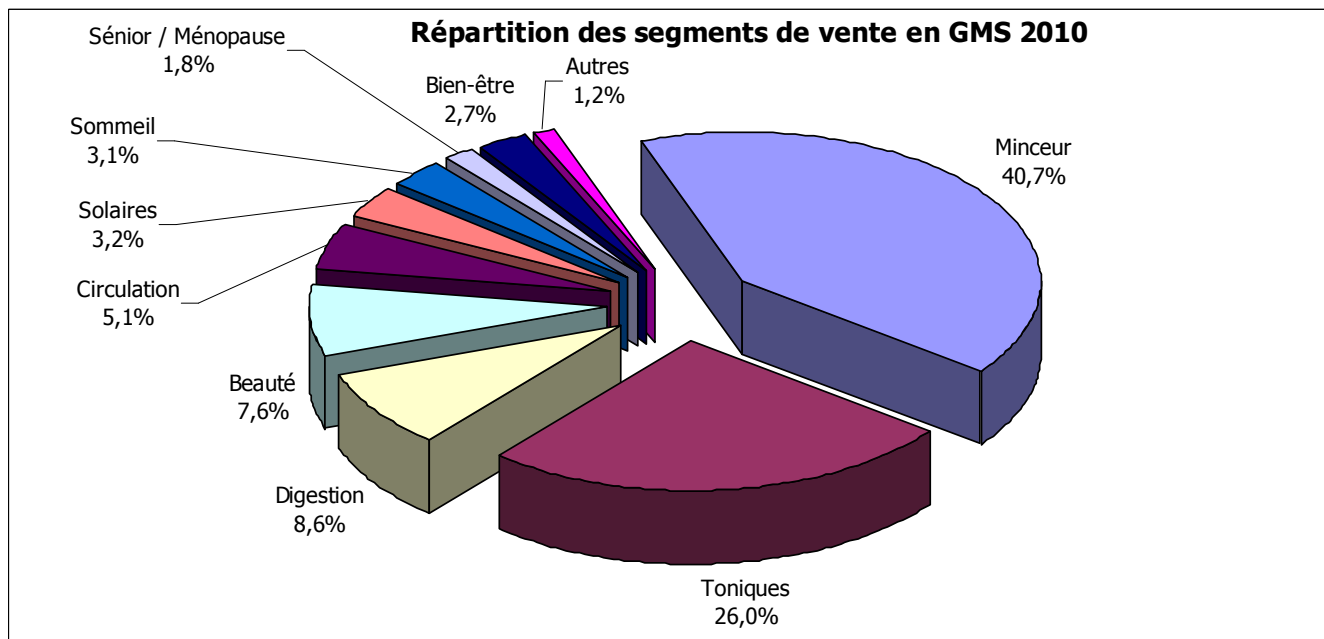
<sup>(1)</sup> Source : IMS

## Le Marché des compléments alimentaires

### 3 - Les principaux segments des ventes en GMS <sup>(3)</sup>

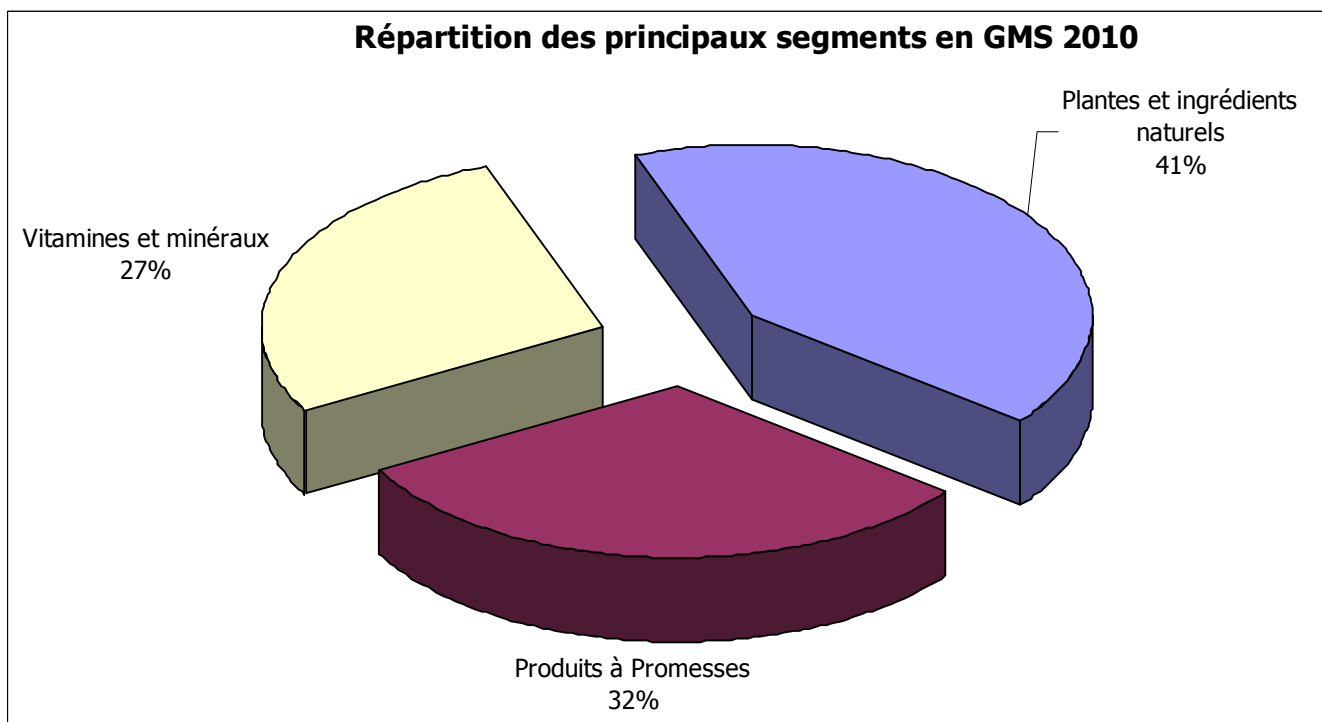
Répartition par FONCTION

	<b>2010</b> en millions d'euros	<b>2009</b> en millions d'euros	variation 2010/2009
Minceur	36,8	36,5	0,8%
Toniques	21,3	23,3	-8,6%
Digestion	8,2	7,7	6,5%
Beauté	6,6	6,8	-2,9%
Circulation	4,7	4,6	2,2%
Solaires	2,7	2,9	-6,9%
Sommeil	2,7	2,8	-3,6%
Sénior / Ménopause	1,5	1,6	-6,3%
Bien-être	2,8	2,4	16,7%
Autres	0,9	1,0	-10,0%
<b>TOTAL</b>	<b>88,2</b>	<b>89,6</b>	<b>-1,6%</b>



## Répartition par COMPOSITION

	<b>2010</b> en millions d'euros	<b>2009</b> en millions d'euros	variation 2010/2009
Plantes et ingrédients naturels	36,2	34,5	4,9%
Produits à Promesses	27,8	29,9	-7,0%
Vitamines et minéraux	24,2	25,2	-4,0%
<b>TOTAL</b>	<b>88,2</b>	<b>89,6</b>	-1,6%



(3) Source : IRI