




synadiet

Syndicat National des Compléments Alimentaires

CHIFFRES CLÉS 2016

DU MARCHÉ DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES EN FRANCE

MARS 2016



RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION EN 2016

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 2016 ?

Les évènements marquants de 2016 :

- ✓ Les compléments alimentaires en France représentent **1,62 Md€ de chiffre d'affaires** en 2016 (*sorties consommateur en prix de vente TTC*)
- ✓ Le marché est dynamique avec une croissance de **5,3 %** par rapport à 2015.
- ✓ L'année 2016 est marquée par le **recul global des sous-promesses**
 - **MINCEUR** (-18,6 % en pharmacie par rapport à 2015)
 - **BEAUTÉ** (-1,5% en pharmacie par rapport 2015)
 - **SOLAIRES** (-8,7% en pharmacie par rapport à 2015)
- ✓ **Les promesses santé** poursuivent leur développement, notamment le
 - **STRESS/SOMMEIL** (+15,1%/n-1 en pharmacie, +9,4 % en parapharmacie, +17,6%/n-1 en GMS)
 - **DIGESTION** (+20,2%/n-1 en pharmacie, + 12,1%/n-1 en parapharmacie et +8,6%/n-1 en GMS).

QUE RETENIR DE 2016 ?

Les évènements marquants de 2016 :

- ✓ La **pharmacie** reste le **1^{er} circuit de vente** avec **52 %** des achats consommateurs en valeur, et le plus dynamique (**+5%/n-1**).
- ✓ La **parapharmacie** recule légèrement avec **-0,8%** de croissance.
- ✓ Les **GMS** affichent une croissance très dynamique (**+6,1%/n-1**).
- ✓ Les **circuits spécialisés** continuent leur développement (**croissance de +12,4%/n-1**) avec notamment le développement des points de vente (magasins bio, boutiques spécialisées).
- ✓ Le **circuit internet et la vente à distance globale** sont en croissance avec une évolution de **+ 1,7 %**.

RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Le marché des compléments alimentaires en 2016

	CA 2015 (M€)	CA 2016 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL	1 452	1 623	+ 5,3 %
Pharmacies ⁽¹⁾	801	841	+ 5,0 %
Parapharmacies ⁽¹⁾	104	103	- 0,8 %
GMS ⁽²⁾	99	105	+ 6,1 %
Circuits spécialisés (bio/diététique/franchises) ⁽³⁾	250	281	+ 12,4 %
Vente directe + Vente à distance (VPC / E-commerce) ⁽³⁾	288	293	+ 1,7 %

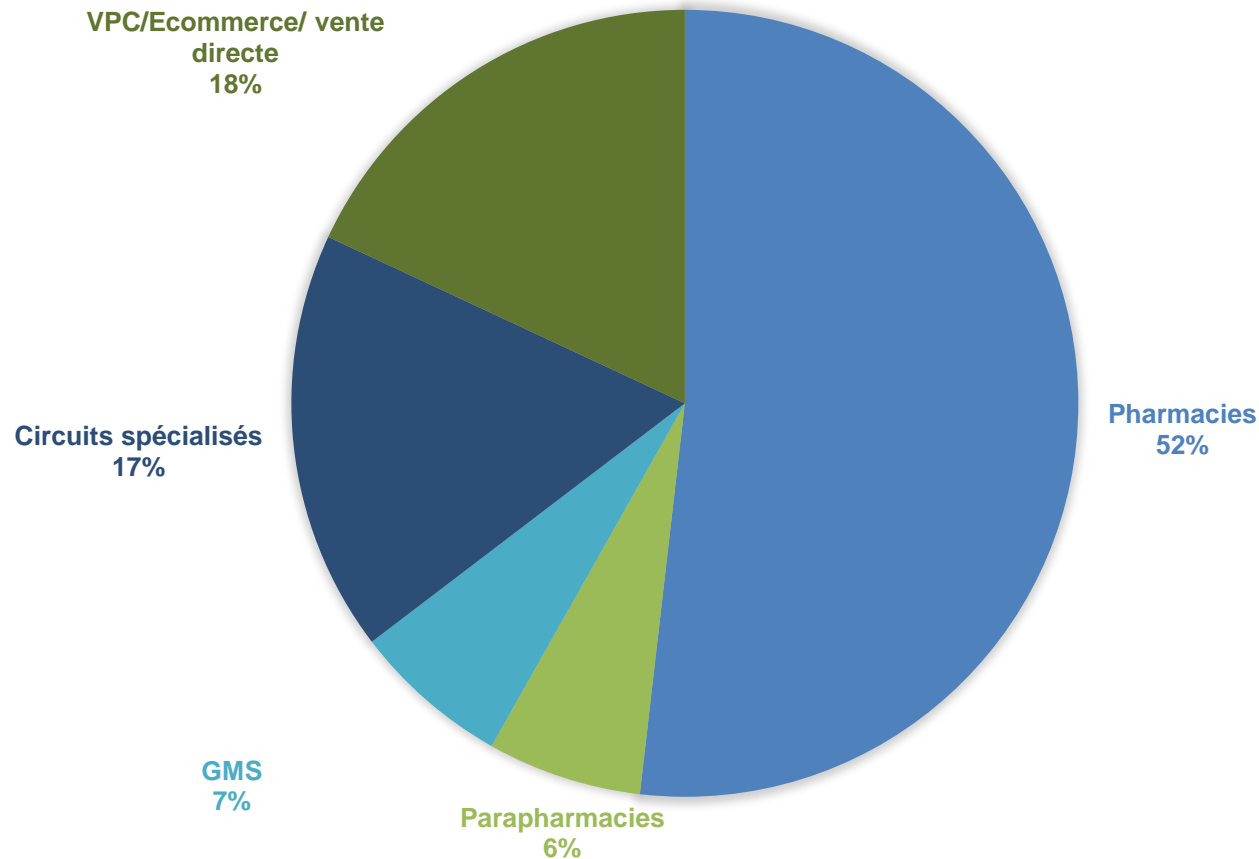
(1) Source : IMS Health décembre 2016

(2) Source : IRI Secodip census décembre 2016

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

RÉPARTITION PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Le marché des compléments alimentaires en 2016



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

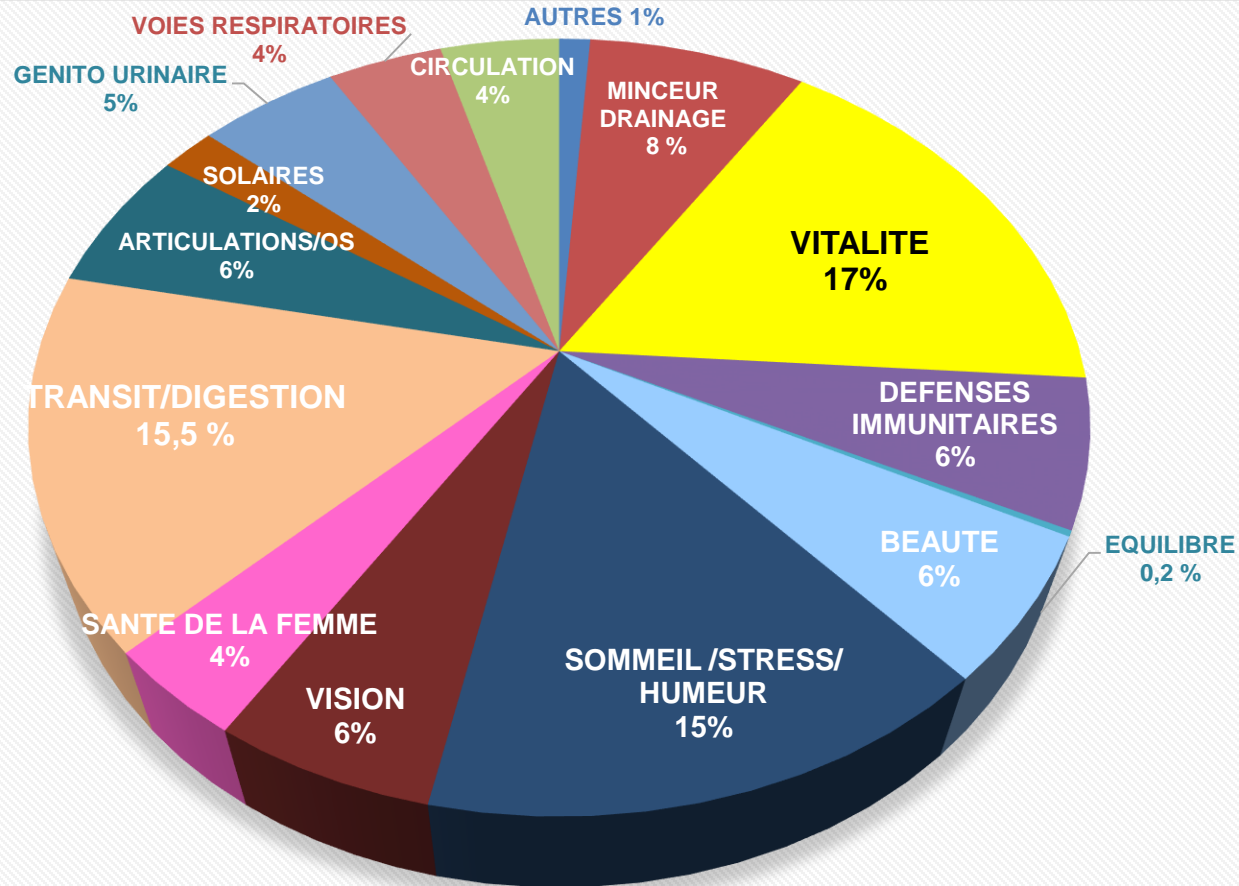


DÉTAIL DES VENTES PAR SEGMENT EN 2016

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

RÉPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2016



- ✓ Augmentation des ventes des segments "Transit/Digestion" avec +20,2 % suivi de "Reminéralisants osseux" avec + 15,2 % et de "Sommeil/Stress" avec + 15,1 %
- ✓ Baisse des ventes des catégories « Défenses immunitaires" (-5,2 %) et "Minceur/Drainage" (-18,5 %)

RÉPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

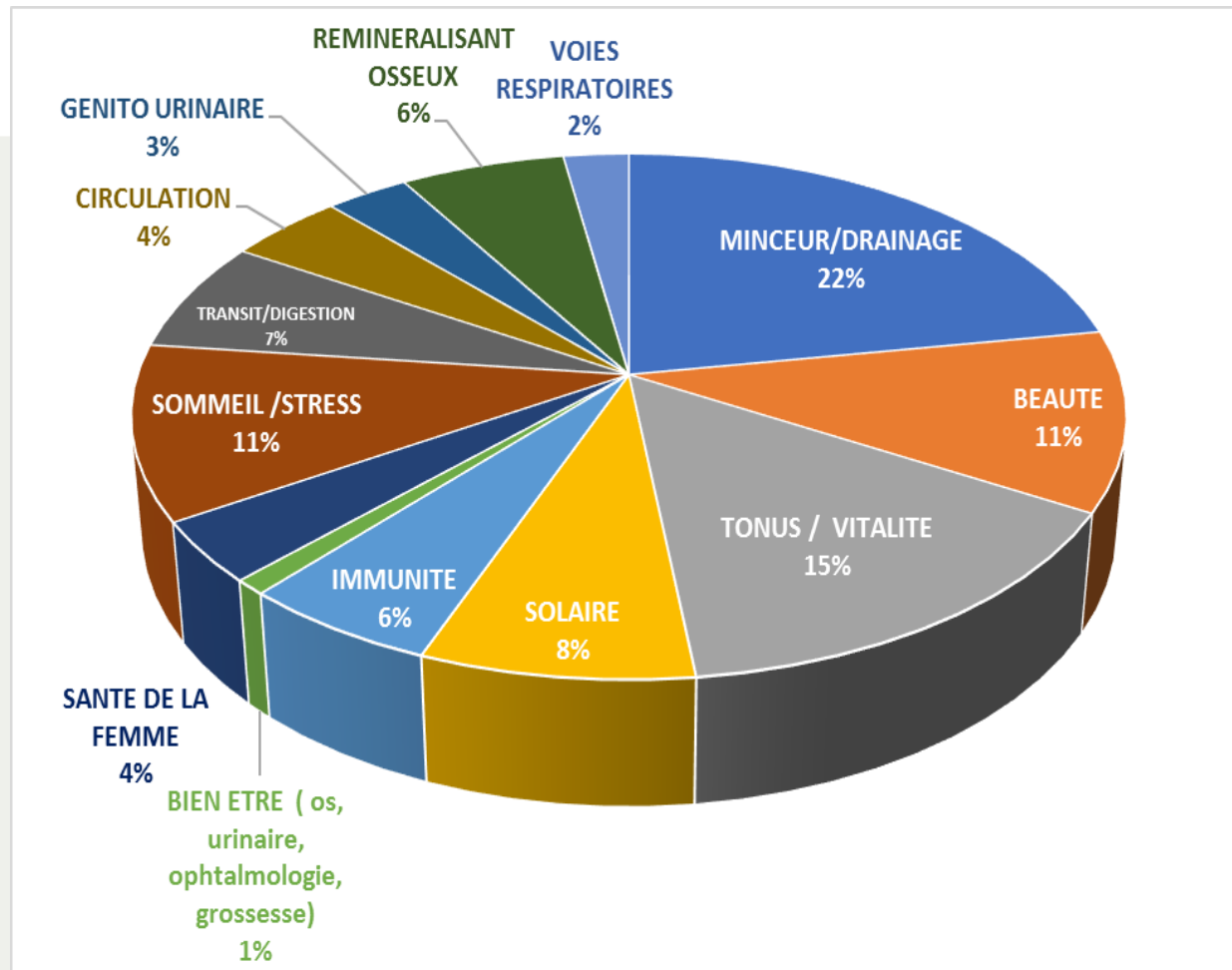
Source : IMS Health – Décembre 2016

Le marché des compléments alimentaires en 2016

SEGMENT	CA 2015 (K€)	CA 2016 (K€)	Croissance en valeur à fin 2016
MINCEUR/DRAINAGE	82 586	67 205	-18,6%
VITALITE	132 049	142 764	8,1%
DEFENSES IMMUNITAIRES	54 185	51 382	-5,2%
EQUILIBRE	1 229	2 009	63,5%
BEAUTE	50 896	50 151	-1,5%
SOMMEIL /STRESS/ HUMEUR	108 465	124 812	15,1%
VISION	48 527	48 092	-0,9%
SANTE DE LA FEMME	33 193	31 645	-4,7%
TRANSIT/DIGESTION	108 432	130 308	20,2%
ARTICULATIONS/OS	44 129	50 823	15,2%
SOLAIRES	18 215	16 634	-8,7%
GENITO URINAIRE	42 671	43 231	1,3%
VOIES RESPIRATOIRES	33 312	35 448	6,4%
CIRCULATION	33 924	36 852	8,6%
TOTAL	800 839	840 944	+5,0%

RÉPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2016



- ✓ Les segments « **Bien-Etre** » (+20,9 %), « **Tonus** » (+ 17 %/n-1) et « **Voies respiratoires** » (+ 15 %) enregistrent les plus fortes croissances
- ✓ Baisse des promesses « **Santé de la femme** » (- 15,2,5 %), « **Beauté** » (-5,5 %)

RÉPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2016

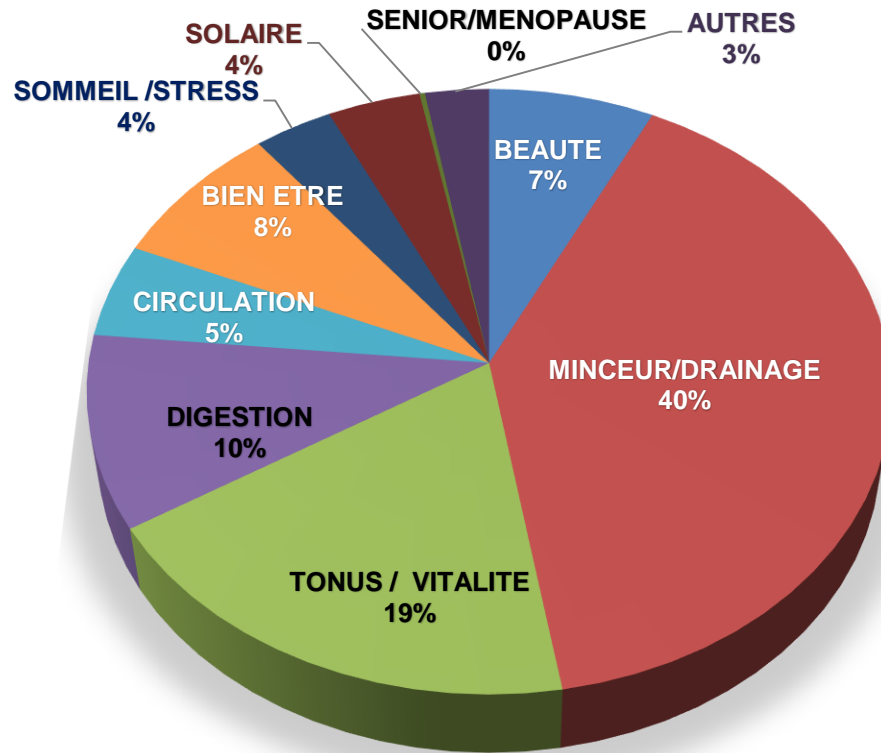
Le marché des compléments alimentaires en 2016

SEGMENT	CA 2015 (K€)	CA 2016 (K€)	Croissance en valeur à fin 2016
MINCEUR/DRAINAGE	27 510	22 928	-16,7%
BEAUTE	12 062	11 393	-5,5%
TONUS / VITALITE	13 124	15 297	17%
SOLAIRE	7 891	7 924	0%
IMMUNITE	6 203	5 768	-7,0%
BIEN ETRE (os, urinaire, ophtalmologie, grossesse)	790	955	20,9%
SANTE DE LA FEMME	4 559	3 868	-15,2%
SOMMEIL /STRESS	10 115	11 067	9,4%
TRANSIT/DIGESTION	6 316	7 080	12,1%
CIRCULATION	4 106	4 537	10,5%
GENITO URINAIRE	3 024	3 239	7,1%
REMINERALISANT OSSEUX	5 956	6 414	7,7%
VOIES RESPIRATOIRES	2 220	2 554	15,0%
TOTAL	103 876	103 024	- 0,8 %

RÉPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2016

Le marché des compléments alimentaires en 2016



- ✓ Les ventes en GMS enregistrent une **nette augmentation de + 6,1 %/n-1** en 2016
- ✓ **Augmentation** des promesses "**Senior/Ménopause**" (+ 32,7 %), « **Solaire** » (+ 27,8 %) et "**Sommeil/Stress**" (+ 17,6 %)

RÉPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2016

Le marché des compléments alimentaires en 2016

SEGMENT	CA 2015 (K€)	CA 2016 (K€)	Croissance en valeur à fin 2016
BEAUTE	7 571	7 656	1,1%
MINCEUR/DRAINAGE	40 235	41 998	4,4%
TONUS / VITALITE	19 056	19 780	3,8%
DIGESTION	9 943	10 801	8,6%
CIRCULATION	5 028	5 241	4,2%
BIEN ETRE	7 774	8 256	6,2%
SOMMEIL /STRESS	3 104	3 651	17,6%
SOLAIRE	3 363	4 298	27,8%
SENIOR/MENOPAUSE	186	247	32,7%
AUTRES	2 590	2 951	13,9%
TOTAL	98 850	104 881	+ 6,1 %

DÉTAIL MAGASINS SPÉCIALISÉS

Sources : Estimations fabricants et enseignes, publications chiffres franchises

Le marché des compléments alimentaires en 2016

	CA 2015 (M€)	CA 2016 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL (magasins spécialisés)	250	281	+ 12,4 %
Magasins Bio (Enseignes, groupements et indépendants)	127	146	+ 14,9 %
Boutiques diététiques et spécialisées (de type Naturhouse, Dietplus, Bodysano)	123	135	+ 9,9 %

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 2016

	CA 2015 (M€)	CA 2016 (M€)	Croissance en valeur (%)
TOTAL (VD / VPC /e-commerce)	288	293	+ 1,7 %
Vente directe	149	151	1,3 %
Vente à distance (VAD) = Vente par correspondance (VPC) + e-commerce	139	141	+ 2,0 %