



  
synadiet

Syndicat National des Compléments Alimentaires

# CHIFFRES CLEFS 2014 DU MARCHÉ DES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES EN FRANCE

MARS 2015



# REPARTITION PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN 2014

Répartition des ventes en pharmacie, parapharmacie, GMS,  
Vente à distance, Vente par correspondance, E-commerce,  
Vente directe en France

MARS 2015

# QUE RETENIR DE 2014 ?

- ✓ Les compléments alimentaires en France représentent **1.48 Md€ de chiffre d'affaires** en 2014 (*sorties consommateur en prix de vente TTC*)
- ✓ Un **marché globalement dynamique** sur tous les circuits avec une croissance en valeur de **+ 6.4 %** par rapport à 2013
- ✓ La **pharmacie** reste le **premier circuit de vente** avec 51% des achats consommateurs en valeur

## Les évènements marquants de 2014 :

1. **Fort développement du segment Stress-Sommeil** dû aux produits à base de magnésium
2. **Reprise de croissance** pour le segment de la **minceur** après plusieurs années de stagnation
3. **Développement** des segments **digestion** et **circulation**
4. Certains segments, tels que **Vitalité** et **Solaire**, ont été **impactés par la météo** de 2014

# REPARTITION PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION

*Le marché des compléments alimentaires en 2014*

	CA 2013 (M€)	CA 2014 (M€)	Croissance en valeur (%)
<b>TOTAL</b>	<b>1 391</b>	<b>1 481</b>	<b>+ 6,4%</b>
Pharmacies <sup>(1)</sup>	702	755	+ 7,6%
Parapharmacies <sup>(1)</sup>	92	99	+ 7,2%
GMS <sup>(2)</sup>	92	99	+ 7,2%
Circuits spécialisés ( <i>bio/diététique/franchises</i> ) <sup>(3)</sup>	217	237	+ 9,2%
Vente directe + Vente à distance ( <i>VPC / E-commerce</i> ) <sup>(3)</sup>	288	291	+ 1,0%

(1) Source : IMS Health Décembre 2014

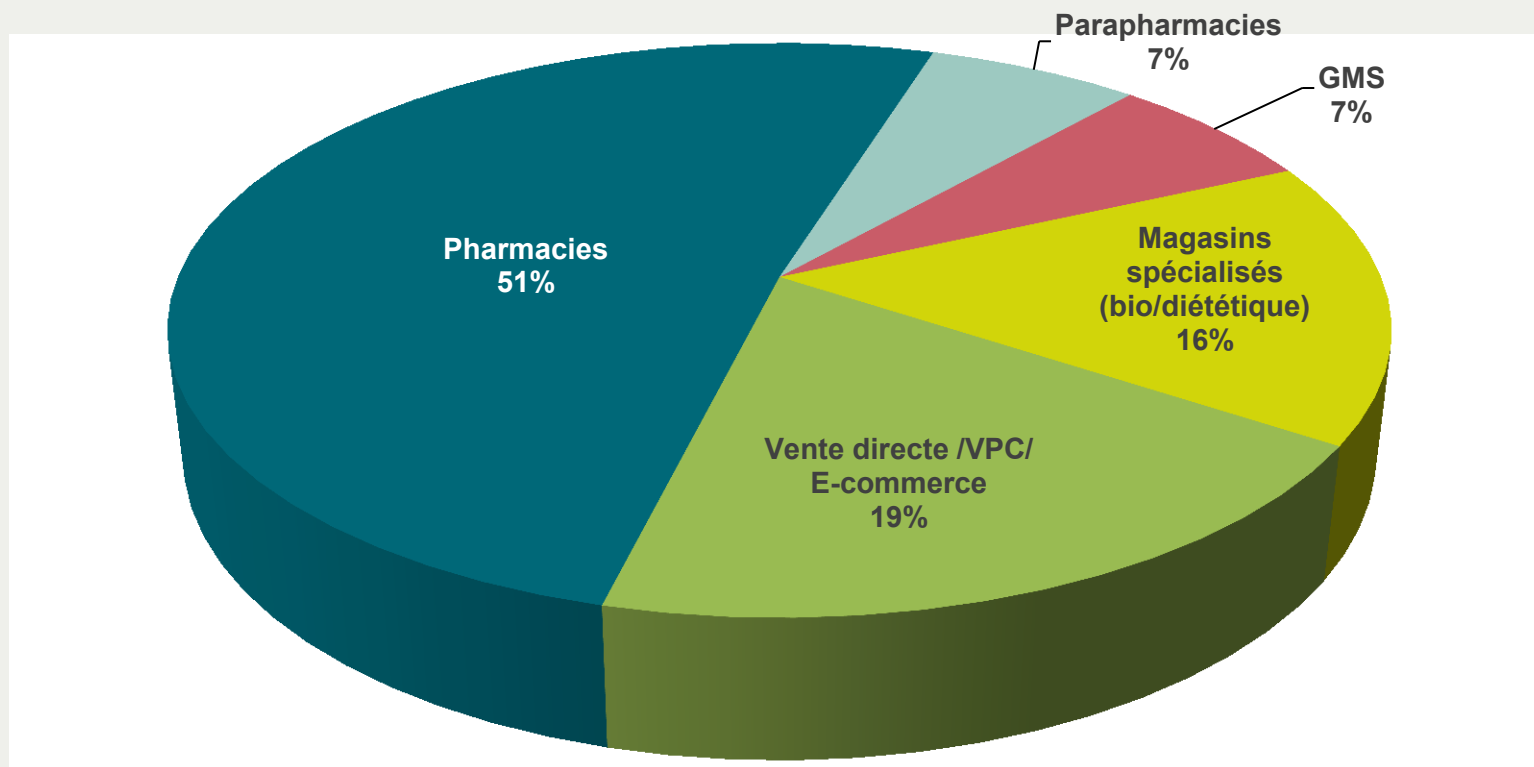
(2) Source : IRI Secodip census Décembre 2014

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

# REPARTITION PAR CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Source : IMS Health, IRI, Données fournisseurs, FVD, FEVAD, données distributeurs. Année 2014

## Le marché des compléments alimentaires en 2014



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



# **DETAIL DES VENTES PAR SEGMENTS EN 2014**

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

# REPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2014

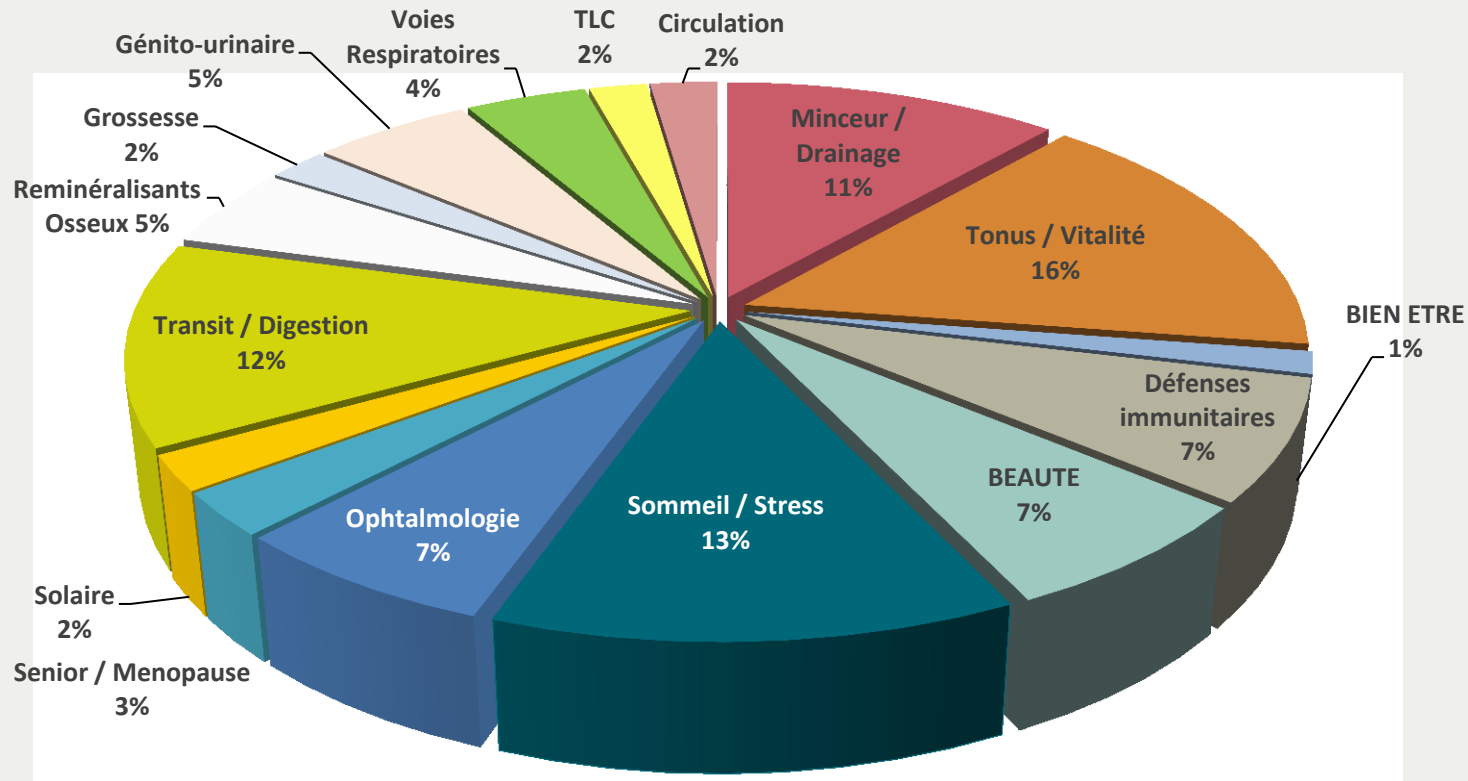
## Le marché des compléments alimentaires en 2014

SEGMENT	CA 2013 (K€)	CA 2014 (K€)	Croissance en valeur à fin 2014
MINCEUR / DRAINAGE	76 301	86 650	13,6%
TONUS / VITALITE	117 113	120 063	2,5%
BIEN-ETRE	10 528	10 213	-3%
DEFENSES IMMUNITAIRES	58 084	55 438	-4,6%
BEAUTE	50 608	51 437	1,6%
SOMMEIL /STRESS	72 376	95 048	31,3%
OPHTALMOLOGIE	49 695	49 980	0,6%
SENIOR / MENOPAUSE	18 912	20 015	5,8%
SOLAIRE	17 502	16 239	-7,2%
TRANSIT / DIGESTION	80 389	93 325	16,1%
REMINERALISANTS OSSEUX	36 612	37 219	1,7%
GROSSESSE	14 610	14 988	2,6%
GENITO URINAIRE	38 612	40 950	6,1%
VOIES RESPIRATOIRES	29 724	31 310	5,3%
TLC ( <i>Troubles lipido-cardiovasculaires</i> )	14 682	14 999	2,2%
CIRCULATION	15 932	17 238	8,2%
<b>TOTAL</b>	<b>701 680</b>	<b>755 112</b>	<b>+7,6%</b>

# REPARTITION DES VENTES EN PHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2014

## Le marché des compléments alimentaires en 2014



- ✓ Forte augmentation des ventes des segments **Sommeil-Stress** avec + 31,3% suivi de **Transit-Digestion** avec + 16,1%
- ✓ Reprise de la **minceur** avec une croissance de + 13,6%
- ✓ Baisse des ventes des catégories **Solaire** (-7,2%) et **Défenses immunitaires** (-4,6%)



# REPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2014

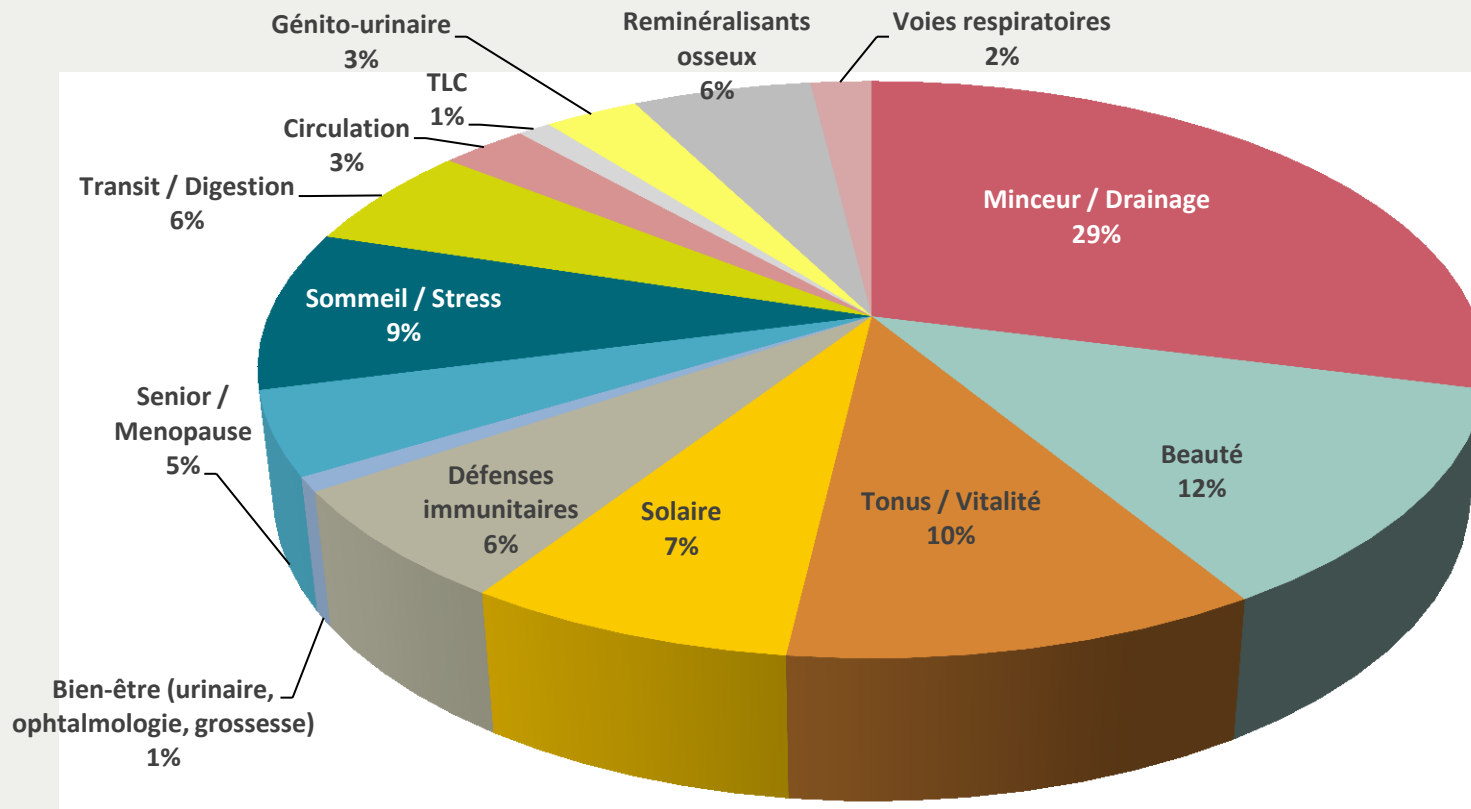
## Le marché des compléments alimentaires en 2014

SEGMENT	CA 2013 (K€)	CA 2014 (K€)	Croissance en valeur à fin 2014
MINCEUR / DRAINAGE	26 729	28 714	7,4%
BEAUTE	12 396	12 163	-1,9%
TONUS / VITALITE	10 288	10 437	1%
SOLAIRE	7 358	7 249	1,5%
DEFENSES IMMUNITAIRES	6 006	6 227	3,7%
BIEN-ETRE ( <i>urinaire, ophtalmologie, grossesse</i> )	686	795	15,9%
SENIOR / MENOPAUSE	3 993	4 624	15,8%
SOMMEIL /STRESS	6 746	8 846	31,1%
TRANSIT / DIGESTION	5 353	5 770	7,8%
CIRCULATION	2 299	2 691	17,1%
TLC ( <i>Troubles lipido-cardiovasculaires</i> )	930	1 031	10,9%
GENITO URINAIRE	2 616	2 936	12,2%
REMINERALISANTS OSSEUX	5 182	5 575	7,6%
VOIES RESPIRATOIRES	1 762	1 910	8,4%
<b>TOTAL</b>	<b>92 344</b>	<b>98 968</b>	<b>+7,2%</b>

# REPARTITION DES VENTES EN PARAPHARMACIE

Source : IMS Health – Décembre 2014

## Le marché des compléments alimentaires en 2014



- ✓ Comme en pharmacie, le segment **Sommeil-Stress** enregistre la plus forte croissance en 2014 (+ 31,1%), suivi de **Circulation** (+17,1%) puis de **Senior-Ménopause** (+15,8%)
- ✓ Légère baisse des promesses "**Beauté**" (-1,9%) et "**Solaire**" (-1,5%) en 2014

# REPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2014

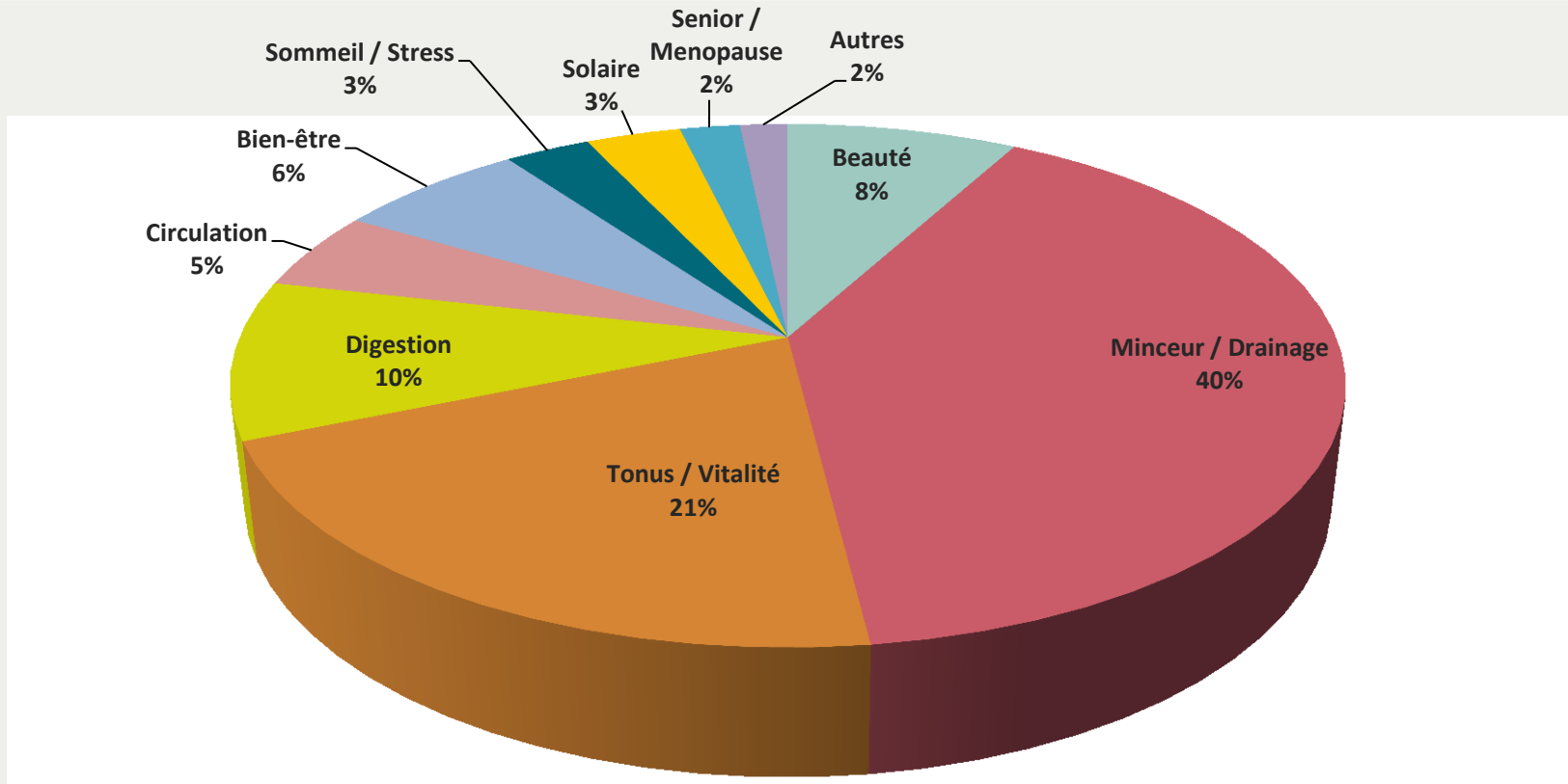
## Le marché des compléments alimentaires en 2014

SEGMENT	CA 2013 (K€)	CA 2014 (K€)	Croissance en valeur à fin 2014
BEAUTE	7 234	7 871	8,8%
MINCEUR / DRAINAGE	36 214	39 479	9%
TONUS / VITALITE	21 564	21 131	-2,7%
DIGESTION	9 189	9 684	5,4%
CIRCULATION	4 372	4 798	9,8%
BIEN-ETRE ( <i>grossesse, os, urinaire</i> )	5 099	6 482	27,1%
SOMMEIL / STRESS	2 717	2 909	7,1%
SOLAIRE	2 850	3 244	13,8%
SENIOR / MENOPAUSE	1 767	2 051	16%
Autres	1 497	1 637	9,4%
<b>TOTAL</b>	<b>91 945</b>	<b>98 589</b>	<b>+7,2%</b>

# REPARTITION DES VENTES EN GMS

Source : IRI Secodip census – Décembre 2014

## Le marché des compléments alimentaires en 2014



- ✓ Après une légère baisse du chiffre d'affaires en 2013, les ventes en GMS enregistrent une **hausse de 7,2%** en 2014
- ✓ Les **plus fortes ventes** sont réalisées par les segments **Minceur (40%)**, **Tonus (21%)** et **Digestion (10%)**
- ✓ **Nette augmentation** des promesses **Bien-être (27,1%)**, **Senior-Menopause (+16%)** et **Solaire (+13,8%)**

# DETAIL MAGASINS SPECIALISES

Sources : Estimations fabricants et Enseignes, publications chiffres franchises

## Le marché des compléments alimentaires en 2014

	CA 2013 (M€)	CA 2014 (M€)	Croissance en valeur (%)
<b>TOTAL</b> <i>(magasins spécialisés)</i>	<b>217</b>	<b>237</b>	<b>9,2%</b>
<b>Magasins Bio</b> <i>(Enseignes, groupements et indépendants)</i>	<b>117</b>	<b>123</b>	<b>+ 5,1%</b>
<b>Boutiques diététiques et spécialisées</b> <i>(de type Naturhouse, Dietplus, Body sano)</i>	<b>100</b>	<b>114</b>	<b>+ 14%</b>

# DETAIL 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 2014

	CA 2013 (M€)	CA 2014 (M€)	Croissance en valeur (%)
<b>TOTAL</b> (VD / VPC /E-commerce)	<b>288</b>	<b>291</b>	<b>+ 1,0%</b>
<b>Vente directe</b>	<b>146</b>	<b>149</b>	<b>+ 2,1%</b>
<b>Vente à distance (VAD)</b> (Vente par correspondance (VPC) et E-commerce)	<b>142</b>	<b>142</b>	<b>0%</b>