

Edition 2017



Le marché et la distribution des compléments alimentaires

Quels leviers pour bénéficier
à plein de la reprise du marché ?



Plan de l'étude

Synthèse	5
1. Contours et réglementation du marché des compléments alimentaires	25
2. La dynamique du marché des compléments alimentaires	44
3. Analyse du marché par circuits de distribution	64
4. Les consommateurs de compléments alimentaires	106
5. Forces en présence et jeu concurrentiel	117
6. Les stratégies de croissance des fabricants de compléments alimentaires	165
Présentation de notre partenaire OpenHealth Company	187

Un marché qui affiche une belle croissance

- ➔ Selon le Synadiet, les ventes de compléments alimentaires, tous circuits de distribution et toutes promesses confondus, se sont élevées à **1,62 milliards d'euros TTC en 2016, en croissance de 5,3 % par rapport à 2015.**
- ➔ En 2017, le marché des compléments alimentaires est donc très bien orienté. Les ventes ont repris de la vigueur depuis plusieurs exercices et le bas de cycle de 2008-2012 est déjà oublié...
- ➔ La croissance de plus de 5 % observée en 2016 masque toutefois des comportements contrastés par segments : les promesses santé affichent une croissance insolente et les promesses plus traditionnelles, minceur et beauté en tête, sont en déclin.
- ➔ Les réseaux de distribution connaissent également des évolutions contrastées : si l'officine maintient son leadership, ce sont les magasins bio/diététiques et les grandes surfaces alimentaires qui enregistrent la plus forte croissance. Les parapharmacies et le e-commerce marquent le pas.

Evolution du marché français des compléments alimentaires

En MEUR TTC	2013	2014	2015	2016	Variation 2015/2016
Ventes	1 391	1 481	1 542	1 623	+ 5,3 %

Source : Les Echos Etudes d'après Synadiet

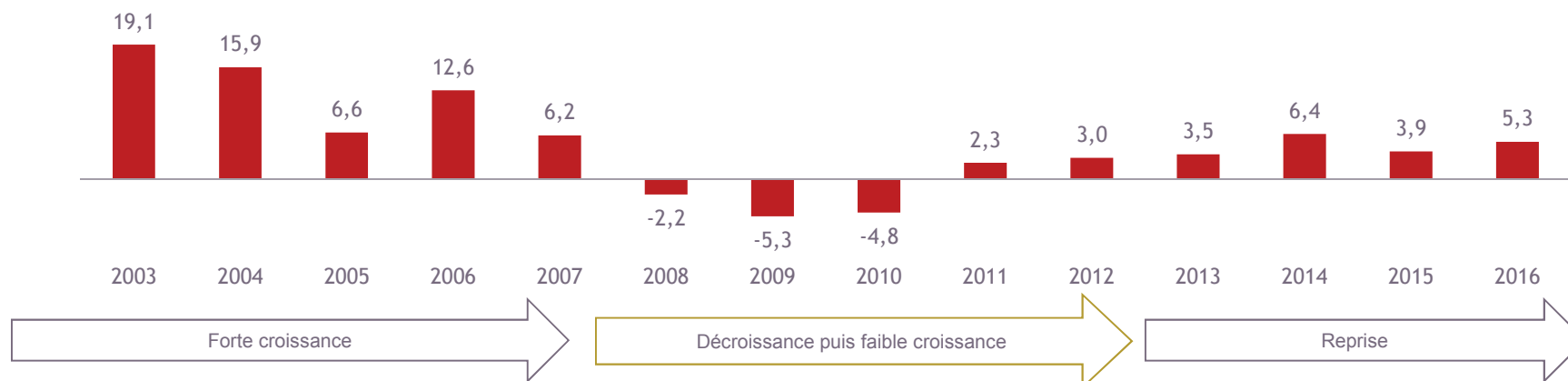
Dynamique de croissance des ventes de compléments alimentaires (en valeur)

Années	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Variation (en %)	+ 6,2	- 2,2	- 5,3	- 4,8	+ 2,3	+ 3,0	+ 3,5	+ 6,4	+ 3,9	+ 5,3

Source : Les Echos Etudes d'après Synadiet

Retour sur la dynamique de croissance du marché au cours des dernières années

Croissance des ventes de compléments alimentaires au cours des 14 dernières années (en %, en valeur)



- ➔ 2003-2007 : le marché est en pleine phase de développement et bénéficie à la fois de l'engouement des consommateurs et d'une situation économique porteuse.
- ➔ La croissance est portée à la fois par :
 - > les stratégies d'innovation des marques qui ont permis une amélioration du mix produits
 - > le développement rapide de nouvelles promesses et l'engouement pour les compléments alimentaires minceur
 - > le recrutement de nouveaux consommateurs (effet volume)
 - > le déremboursement d'un nombre croissant de médicaments. Certaines promesses sont particulièrement concernées : stress, circulation (jambes lourdes), minéraux (magnésium), sommeil, sphère ORL, douleurs articulaires, etc.

- ➔ 2008-2010 : la baisse constatée, à la fois en valeur et en volume, correspond à 4 éléments principaux: des arbitrages économiques, la maturité du marché, une offre pléthorique peu lisible, une certaine méfiance des consommateurs
- ➔ 2011-2012 : le marché reprend de la vigueur.
- ➔ Ce dynamisme est imputable à la clarification de l'offre, le déremboursement de médicaments, le développement de produits ciblés à forte connotation santé, un meilleur encadrement réglementaire (confiance des consommateurs)

- ➔ 2012-2014 : la dynamique de reprise est enclenchée.
- ➔ 2014 confirme cette reprise. Elle est portée essentiellement par le renouveau de la promesse minceur et le dynamisme des produits à connotation santé
- ➔ 2015 connaît une moindre croissance due à la part encore importante de promesses matures en recul (minceur) non compensées par les promesses santé
- ➔ En 2016, la montée en puissance des promesses santé se conjugue au retour de la croissance des différents circuits (pharmacies et GMS en tête, mais aussi magasins spécialisés)

Source : Les Echos Etudes d'après données Synadiet