

**LE PETIT
JOURNAL**
— DE  PHARMACIE —

Etude du marché des Compléments diététiques

Campagne Vitascorbol du moniteur des pharmacies

octobre 2018 /n°48

Les laboratoires font de la publicité dans les journaux professionnels.

En ce moment 2 produits sont promus : nous avons isolé la campagne des compléments diététiques immunité à partir de la campagne Vitascorbol

Comment se comporte ce marché ?

Quelle est sa dynamique?

Quels sont les produits achetés par les consommateurs ?

Comment développer de la croissance de ce marché?

L'exploitation et la préparation des données facilitera votre décision.

C'est ce que nous vous proposons...

Merci pour votre confiance

Maurice Belais

Président

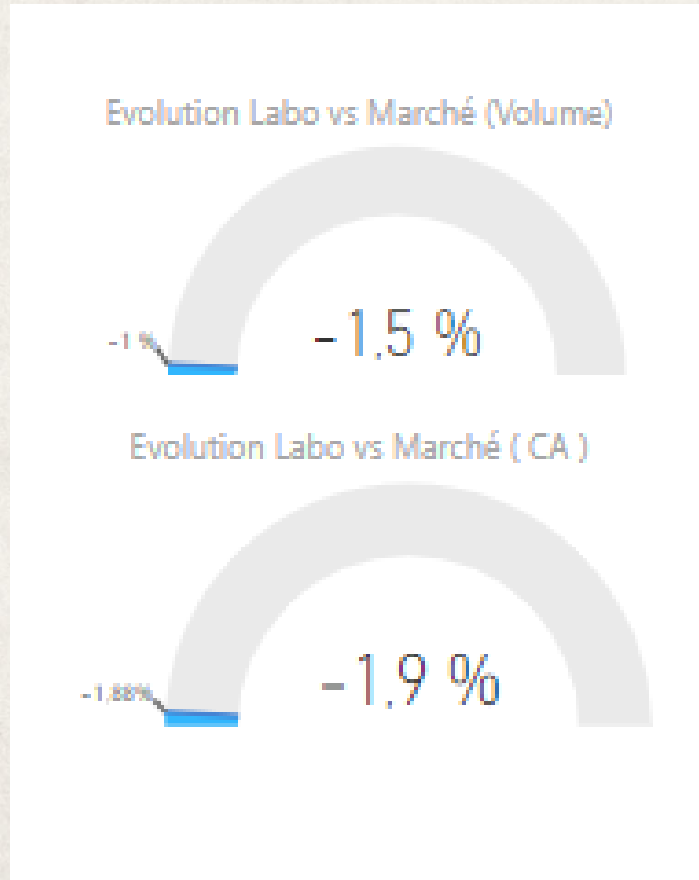
Introduction

Apparus au début des années 2000, **le marché des compléments alimentaires** est en constante progression.

Que ce soit pour régler des problèmes de poids, combattre la fatigue ou résoudre des soucis de carences en fer, les compléments alimentaires sont omniprésents dans les pharmacies. Toutefois, certains produits leaders se vendent bien mieux que d'autres.

Pointés du doigt par le passé pour la méfiance de certains spécialistes envers les compléments alimentaires, le marché a été encadrés au niveau européen depuis 2002, les compléments alimentaires - étant considérés comme des denrées alimentaires et non pas comme des médicaments - peuvent être commercialisés après déclaration à la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Ceux-ci constitués de vitamines, minéraux et plantes visent à lutter contre certaines carences alimentaires

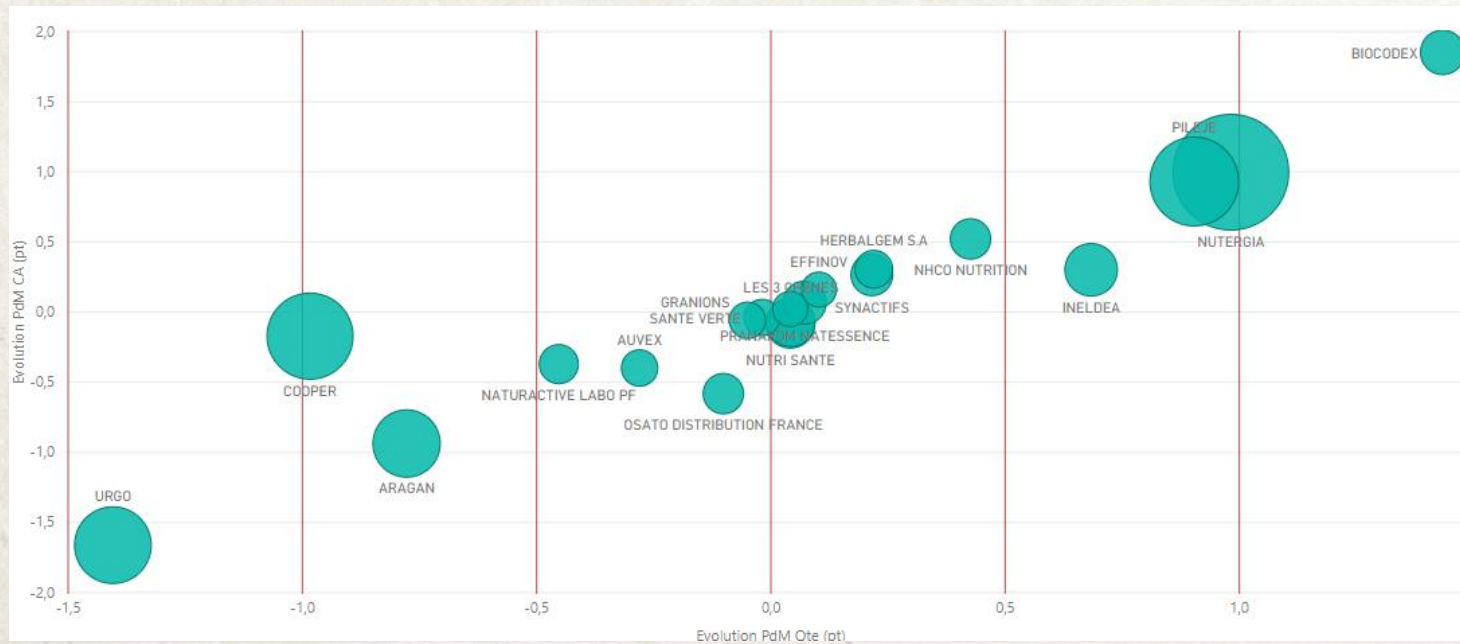
Le marché



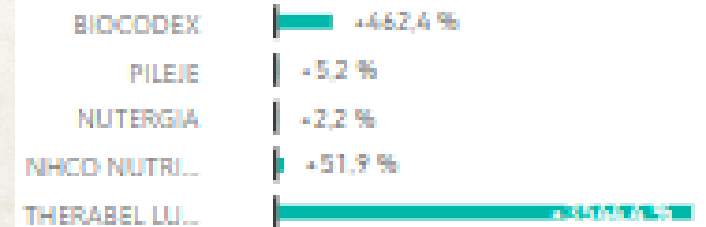
- ✓ **Nous avons pris en compte le marché des Compléments diététiques : Immunité**
- ✓ Ce marché est composé de 425 produits différents et 133 labo
- ✓ Sur la période de janvier à septembre ce marché a évolué de
- ✓ -1,5 % en volume
- ✓ 1,9 % valeur
- ✓ C'est un marché en faible décroissance

Evolution des ventes en volume et en taux de croissance

- ✓ 3 acteurs majeurs ont plus 10% de PDM : **Nutergia, Pileje et La Cooper**
- ✓ 2 labo challengers ont de tres forts taux de croissance : **Biocodex et NHCO**
- ✓ Thérabel a un fort taux de croissance et une PDM très faible



Contributeurs à la croissance Top 5 / Flop 5



Evolution des ventes en volume et en taux de croissance

Laboratoire	Evolution	Evolution % CA HT	PdM Qte
NUTERGIA	+3,1%	+2,2%	22%
PILEJE	+6,0%	+5,2%	13%
COOPER	-6,4%	-3,1%	19%
URGO	-16,6%	-16,0%	8%
ARAGAN	-12,2%	-13,2%	6%
INELDEA	+11,6%	+7,1%	6%
NUTRI SANTE	-0,3%	-4,6%	4%
LES 3 CHENES	-0,0%	-4,4%	3%
BIOCODEX	+465,1%	+465,6%	2%
PRANAROM NATESENCE	+1,2%	+1,6%	3%
SYNACTIFS	+14,3%	+16,2%	2%
NHCO NUTRITION	+52,5%	+51,7%	1%

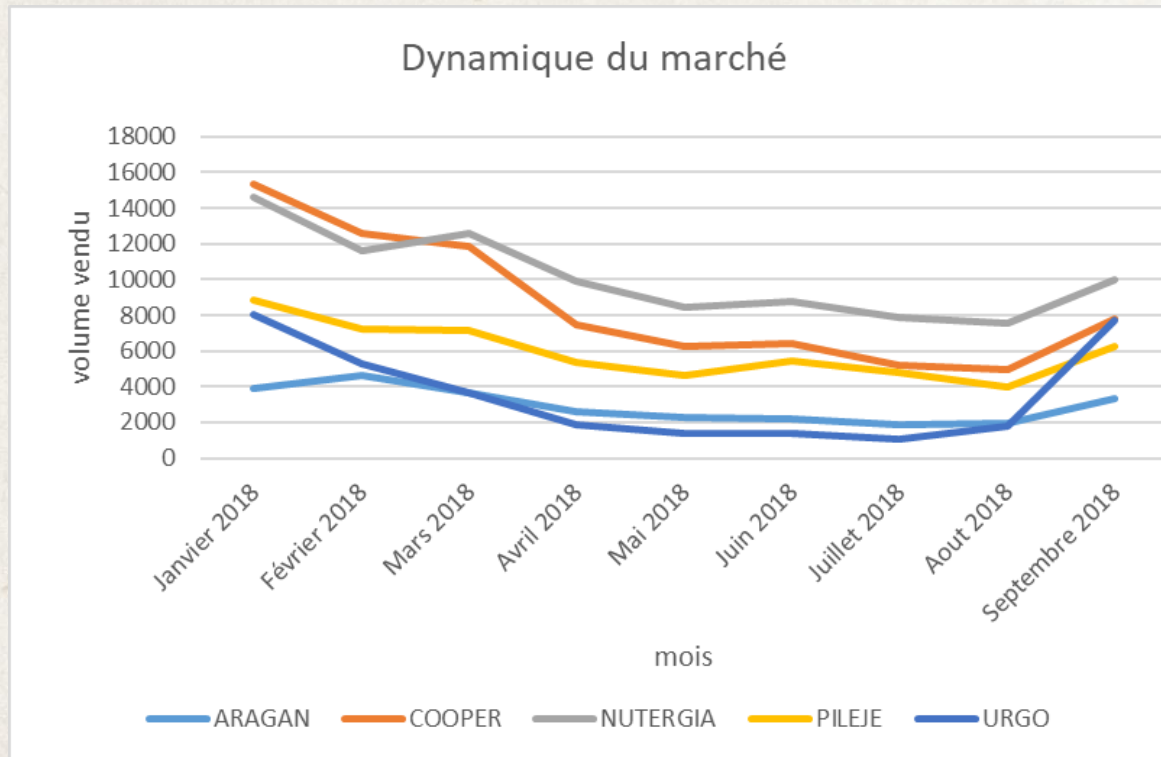
- ✓ 5 laboratoires (**Nutergia, Pileje, Cooper, Urgo, Aragan**) concentrent les 2/3 des ventes
- ✓ Les laboratoires Urgo et Aragan ont décroché dans le marché
- ✓ NHCO et Biocodex ont une faible PDM et une très forte dynamique de croissance

- Reco marketing
- Exposer des labo qui ont une forte PDM et ou une plus forte croissance de marché
- Pour les autres labo le pharmacien doit réduire l'exposition pour proposer les produits qui se vendent le mieux

En résumé sur la PDM

- ✓ Le marché des compléments est en constante évolution, alors qu'il était évalué à 45 milliards d'euros au niveau mondial en 2003, celui-ci pourraient atteindre 250 milliards d'euros à l'horizon 2024, soit un marché progressant de plus de 500% en 20 ans. En 2016, le marché français s'élevait à 1.62 milliards d'euros, soit une progression de 5.3% par rapport à 2015. Les pharmacies sont les principaux points de ventes des compléments alimentaires avec 52% d'achats, le reste des ventes se répartie entre commande par correspondance ou sur internet.
- ✓ De janvier à septembre, le marché des compléments a connu une faible décroissance de l'ordre de 1.5% en volume et 1.9% en valeur. Avec 425 produits fabriqués par 133 laboratoires différents la variété de compléments sur le marchés est important, mais seuls une poignée d'entre eux se partagent les meilleurs ventes. Les fabricants leaders du marché sont **Nutergia, Pileje et La Cooper**, ceux-ci se partagent 44% de PdM sur le total des compléments vendus. **Biocodex** et **NHCO** font office de challenger avec certes 2 et 1% de PdM mais bénéficient d'une forte dynamique de croissance à +465.1% et +52.5%. À noter le décrochage de **Urigo** et **Aragan** touchant 8 et 6% de PdM mais perdant chacun plus de 10% de volumes de vente depuis le début de l'année.

Dynamique du marché par laboratoire



- ✓ La dynamique du marché permet de découvrir les tendances du moment
- ✓ Sur le graphe on constate
 - ✓ une croissance globale des ventes en volume sur le mois de septembre
 - ✓ Des ventes très importantes du laboratoire URGO

- Reco marketing
- Augmenter l'exposition des laboratoires leaders car ils occupent le marché
- Augmenter l'exposition des lors que des laboratoires ont une croissance plus rapide que le marché (Urgo)

Analyses par les marges

Laboratoire	taux de marge	
NUTERGIA	↑	28%
PILEJE	↑	30%
COOPER	↑	29%
URGO	↓	24%
ARAGAN	↑	33%
INELDEA	↑	28%
NUTRI SANTE	→	27%
LES 3 CHENES	↑	28%
BIOCODEX	↑	31%
PRANAROM NATESSENCE	↑	31%
SYNACTIFS	↑	34%
NHCO NUTRITION	↑	34%
OSATO DISTRIBUTION FRANCE	↓	23%
NATURACTIVE LABO PF	↑	33%
HERBALGEM S.A	↑	31%
SANTE VERTE	↑	33%
GRANIONS	↑	28%
AUVEX	↓	24%
EFFINOV	↑	37%

- ✓ La marge sur facture pour les laboratoires est de 28 % moyenne.
- ✓ Les marges pratiquées par les labo sont dans le marché.

- Reco marketing
- La remise moyenne ne tient pas compte des RFA
- Avant la remise, regardez la rotation. A quoi sert une remise si le produit ne se vend pas ??

Hit parade des produits les plus vendus

Laboratoire	Famille - Nom du Produit	Colonne1
NUTERGIA	ERGYPHILUS PLUS GELUL 60	12,0%
NUTERGIA	ERGYPHILUS PLUS GELUL 30	7,6%
COOPER	VITASCORBOLBOOST CPR EFF 20	5,7%
COOPER	VITASCORBOLMULTI CPR TRICOUCHI	5,2%
PILEJE	PROTEOCHOC CAPS 12	4,6%
URGO	ALVITYL DEFENSE SIROP 240ML	3,9%
COOPER	VITASCORBOL ACEROLA1000 CPR CR	3,7%
INELDEA	PEDIAKID IMMUNO FORT SP MYRT 1	3,6%
PILEJE	IMMUCHOC CPR 15	3,3%
PILEJE	PROTEOCHOC CAPS 36	3,3%
ARAGAN	ARAGAN SINUFLASH GELUL 10	3,0%
NUTERGIA	ERGYMUNYL FL 250ML	2,6%
PRANAROM NATESENCE	OLEOCAPS 4 DEFENSE NATUR CAPS 3	2,4%
NUTRI SANTE	NUTRISANTE PEPIN PAMPL EXT 100M	2,0%
LES 3 CHENES	3C PHARMA INFLAKIN CPR 30	1,8%
URGO	IMMUNOSTIM DEFENS ORGANISM S	1,7%

✓ Ce hit parade des ventes représente les 2/3 du marché et permet savoir :

- ✓ quels produits sélectionner lors de la visite de votre délégué
- ✓ les références produits à mettre en priorité dans votre officine

• Reco marketing

- Les produits leaders occupent les 2/3 des étagères
- Lors de votre négociation sélectionner prioritairement ces produits
- Attention : Les autres risquent d'occuper de la place pour un faible marché ou une faible rotation

Au niveau des marges

- ✓ Les marges sur facture se situent en moyenne à 28% sur l'ensemble des compléments alimentaires. Nutergia est pile dans la moyenne avec 28% de marge, alors que Pileje et Cooper sont un cran au dessus avec 30 et 29%. Les marges les plus intéressantes sont chez Biocodex 31% et NHCO à 34%. Urgo applique une marge moins intéressante à 24%.

Au niveau des produits

- ✓ Au niveau des produits les plus vendus, **Ergyphilus Plus gélules** en boîte de 60 et 30 du laboratoire **Nutergia** sont les leaders du marché avec 12 et 7.6% de PdM.
- ✓ Le **Vitascorbol de Cooper** se place à trois reprises dans le top 10 (en troisième, quatrième et septième position) avec des produits à 5.7%, 5.2% et 3.7% de parts de marché. **Pileje** a trois références classés dans les meilleurs ventes sous les marques **Proteochoc et Immuchoc**, le produit le mieux vendu représente 4.6% de parts de marché, et les deux autres à 3.3% chacune.

**LE PETIT
JOURNAL**
— DE  PHARMACIE —

Ce dossier a été réalisé à partir

des données de la base de données OffiSanté.

Toutes Les données sont réelles et non extrapolées,

Pour coller au plus près de l'actualité,
tous les résultats sont produits en date de fin du mois précédent

Ce dossier a été réalisé par

Maurice Belais, Président de OffiSanté SAS; Chargé d'enseignement en marketing HEC &IAE Gustave Eiffel • **Chama BENNANI** Assistante marketing Digital • **Morgan Cohen** Journaliste