

Le marché des compléments alimentaires à l'horizon 2018

**Financiarisation, stratégies de marque et de communication, innovations :
quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel ?**

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché des compléments alimentaires. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

 **Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com**

Avec le code étude 6IAA45

Rémi Vicente
Directeur d'études
Xerfi France

Le marché des compléments alimentaires à l'horizon 2018

Financiarisation, stratégies de marque et de communication, innovations : quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel ?

Edition Décembre 2016
260 pages

La consolidation du marché est inéluctable

Les compléments alimentaires séduisent de plus en plus de Français. Et à en juger par le taux de pénétration de ces produits dans certains pays comme les États-Unis (70% vs 45% en France), le potentiel de croissance du marché français, qui a dépassé 1,6 milliard d'euros en 2016, est encore important. Encore faut-il disposer d'une taille suffisante pour s'y imposer. Car les acteurs à l'assise financière solide sont clairement les plus à même de combiner stratégies marketing offensives et politiques actives d'innovation pour se différencier de la masse d'intervenants sur le marché. Les nombreuses acquisitions réalisées ces derniers mois (Ponroy, Lescuyer, Santé Verte, Vemedia/Oenobiol, etc.) par des fonds d'investissement témoignent d'ailleurs de ce besoin impératif de capitaux. Une financiarisation qui promet une inéluctable consolidation du paysage concurrentiel. Dans ce contexte, **quels sont les leviers concrets de différenciation pour les acteurs ? Et quelles sont les réelles perspectives du marché à l'horizon 2018 ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse du marché et notre scénario prévisionnel exclusif à l'horizon 2018**
Bilan 2016 et prévisions sur les ventes de compléments alimentaires, analyse du marché par circuit de distribution et par promesse, moteurs et freins à la croissance du marché à moyen terme, analyse détaillée de la demande, etc.
- **Le décryptage du jeu concurrentiel dans la distribution**
Panorama des réseaux de distribution (pharmacies, parapharmacies, grandes surfaces alimentaires, circuits spécialisés, etc.) et de leurs enjeux respectifs, prévisions sur les parts de marché par circuit à l'horizon 2018, etc.
- **L'étude détaillée du paysage concurrentiel dans la fabrication**
Classements et positionnements des principaux fabricants par profil et par segment de marché, principaux axes de développement (innovations, communication, services associés), etc.
- **Le panorama des forces en présence**
Fiches d'identité de 12 acteurs clés et bilan économique et financier des 200 premières entreprises du secteur.

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché des compléments alimentaires, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives à l'horizon 2018. Celles-ci reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte l'évolution de la demande des ménages français (comportements alimentaires, perception des compléments alimentaires, profilage des consommateurs), le contexte concurrentiel (impact de la réglementation, nouveaux entrants, etc.) et les mutations de l'offre (utilisation de nouveaux ingrédients, segmentation accrue, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. L'ANALYSE ET LES PERSPECTIVES DU MARCHÉ

1. LES DÉTERMINANTS DE L'ACTIVITÉ

- Les principaux déterminants du marché

2. L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ JUSQU'EN 2016

- Les ventes de compléments alimentaires en France (2009-2016e)
- La segmentation des ventes selon la catégorie de produits
- Les prix à la consommation (2009-2016e)

3. L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

- Les ventes de compléments alimentaires en pharmacie (2005-2016e)
- Les ventes de compléments alimentaires en GMS (2005-2016e)
- Les ventes de compléments alimentaires en parapharmacie (2009-2016e)
- Les ventes de compléments alimentaires des autres circuits de distribution (2013-2016e)

4. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL A L'HORIZON 2018

- Les ventes de compléments alimentaires en France
- Le poids des circuits de distribution
- Les opportunités et menaces à moyen terme

2. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

1. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

- L'analyse PESTEL
- Le pouvoir d'achat des ménages (2005-2016e) et le poids des dépenses pré-engagées (2005-2015)

- Le poids des compléments alimentaires dans les dépenses alimentaires (2005-2016e)
- Les évolutions récentes et en cours de la réglementation

2. LES MOTEURS ET FREINS SOCIO-CULTURELS

- Les comportements alimentaires des Français
- L'intérêt des Français pour leur santé
- La confiance des Français dans les compléments alimentaires

3. LE PROFIL DES CONSOMMATEURS DE COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

3. LE JEU CONCURRENTIEL DANS LA DISTRIBUTION

1. LE PAYSAGE CONCURRENTIEL

- Les parts de marché des principaux circuits de distribution en 2015
- Les forces et faiblesses des différents circuits
- Les principaux enjeux des différents circuits

2. LES PHARMACIES

- L'évolution du nombre d'officines
- L'enjeu économique des compléments alimentaires
- L'impact de la restructuration du paysage officinal
- Les marques de distributeurs (MDD)

3. LES PARAPHARMACIES

- Le parc de parapharmacies et les principaux acteurs

4. LES GRANDES SURFACES ALIMENTAIRES

- Les chiffres clés des hypermarchés / supermarchés
- Les principaux acteurs

5. LES SPÉCIALISTES DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS BIO

- Les chiffres clés et les principales enseignes bio
- Focus sur les enseignes de rééducation alimentaire

6. VPC, E-COMMERCE ET VENTE DIRECTE

- Les principaux acteurs de la vente en ligne et de la vente directe

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel. Malgré son dynamisme et son attractivité, le secteur reste dominé par des PME familiales. Il tend toutefois à se structurer autour de groupes issus de la sphère « bien-être » et de spécialistes soutenus par des investisseurs financiers. Côté distribution, la tendance générale est à l'organisation croissante des réseaux (à commencer par les pharmacies et les magasins spécialisés), ce qui modifie les rapports de forces avec les fabricants.

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les principaux axes de développement des fabricants de compléments alimentaires. Les stratégies d'innovation (nouveaux *packaging*, reformulations, nouvelles promesses) et de communication (stratégies *push/pull*, cross-média, réseaux sociaux, etc.) ont notamment été décryptées. Dans la distribution, les officines misent quant à elles sur la multiplication des lancements de MDD tandis que les boutiques bio entrent en jeu.

4. LE JEU CONCURRENTIEL DANS LA FABRICATION

1. LES FORCES EN PRÉSENCE

- La structure de l'actionariat et les profils des entreprises leaders
- Le positionnement des leaders par circuit de distribution et par promesse
- Les différentes gestions de portefeuilles de produits
- Les parts de marché à l'officine (2014) et en GSA (2015)
- Les parts de marché sur les segments des toniques, de la minceur, des capillaires et du solaire en 2015

2. LES AXES DE DEVELOPPEMENT

- Les principaux lancements de produits en 2015 et 2016
- Les principaux axes de développement des produits (études de cas sur les compléments alimentaires pour enfants et les *packs*)
- Les stratégies de promotion et de communication (logiques *push/pull*)
- Les campagnes médias des principales marques en 2016
- La présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, etc.)
- Les opérations capitalistiques (2013-2016)

3. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS

- Arkopharma ; Forté Pharma ; Léa Nature ; Urgo ; Laboratoires Fenioux ; Vemedia ; EA Pharma ; Herbalife ; Groupe Ponroy Santé ; Omega Pharma ; Merck KGaA ; Pierre Fabre

5. LES INDICATEURS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 200 opérateurs du secteur à travers les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société

Les données présentées portent sur la période 2011-2015, selon la disponibilité des comptes. 78% des comptes non consolidés 2015 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ÉTUDE

- ARKOPHARMA
- BAYER
- BIOCYTE
- DOMES PHARMA
- EA PHARMA
- FLEURANCE NATURE
- FORTE PHARMA
- GROUPE PILEJE
- GROUPE PONROY SANTE
- HERBALIFE
- LABORATOIRES FENIOUX
- LEA NATURE
- LES 3 CHENES
- LIERAC
- MERCK KGAA
- NATUREHOUSE
- NOREVA PHARMA
- OMEGA PHARMA
- PIERRE FABRE
- SANOFI
- URGO
- VEMEDIA

PRINCIPALES SOCIÉTÉS DONT LES COMPTES SONT TRAITÉS DANS L'ÉTUDE (*)

- ACM
- ALBAN MULLER INTERNATIONAL
- ALES GROUPE
- ALFA WASSERMANN PHARMA
- AURIEGE PARIS
- BAUSCH ET LOMB FRANCE
- BAYER HEALTHCARE
- BEIERSDORF
- BIOCYTE
- BJORG ET COMPAGNIE
- BOEHRINGER INGELHEIM FRANCE
- BOIRON
- BOUCHARA RECORDATI
- CATALENT FRANCE LIMOGES
- CODIF INTERNATIONAL
- COOPER
- COSMEDIET BIOTECHNIE
- EFFIK
- ELIDOSE
- EVOLUPHARM
- EXPANSCIENCE
- FLEURANCE NATURE
- FLORAME
- FOREVER LIVING PRODUCTS FRANCE
- FREDERIC'M FRANCE
- GIFRER BARBEZAT
- GRANO NATUR ALPES
- GSK SANTE GRAND PUBLIC
- HERBALIFE INTERNATIONAL FRANCE
- HERBAROM LABORATOIRE
- HORUS PHARMA
- HRA PHARMA FRANCE
- INSTITUT DE RECHERCHE PIERRE FABRE
- INVIVO LABS
- JLB PROCESS
- JOHNSON & JOHNSON SANTE BEAUTE FRANCE
- LAB NAT
- LABCATAL
- LABORATOIRE CCD
- LABORATOIRE CHAUVIN
- LABORATOIRE DU DERMOPHIL INDIEN
- LABORATOIRE INNOTECH INTERNATIONAL
- LABORATOIRE NUTERGIA
- LABORATOIRE PASQUIER
- LABORATOIRE SCIENCE ET NATURE
- LABORATOIRES BAILLEUL
- LABORATOIRES BESINS INTERNATIONAL
- LABORATOIRES BLC THALGO COSMETIC
- LABORATOIRES DIETETIQUE ET SANTE
- LABORATOIRES GALDERMA
- LABORATOIRES GENEVRIER
- LABORATOIRES INELDEA
- LABORATOIRES LEA
- LABORATOIRES LEBEAU
- LABORATOIRES LIERAC
- LABORATOIRES M&L
- LABORATOIRES MAYOLY SPINDLER
- LABORATOIRES OMEGA PHARMA FRANCE
- LABORATOIRES PHYTOSOLBA
- LABORATOIRES THEA
- LES DERIVES RESINIQUES ET TERPENIQUES
- LES TROIS CHENES
- LGV CAPSULES
- MENARINI FRANCE
- MERCK MEDICATION FAMILIALE
- NATURE
- NATURENVIE
- NATUREX
- NATURHOUSE
- NESTLE HEALTH SCIENCE FRANCE
- NETQUATTRO
- NEXIRA
- NUTRIBIO
- NUTRIMETICS FRANCE
- NUTRITION ET SANTE
- PFIZER SANTE FAMILIALE
- PIERRE FABRE DERMATOLOGIE
- PIERRE FABRE MEDICAMENT
- PIERRE FABRE SANTE
- PILEJE
- PLANTEX
- PLUS PHARMACIE
- PONROY VITARMONYL INDUSTRIE
- PROCTER & GAMBLE PHARMACEUTICALS FRANCE
- PUR ALIMENT
- PURESSENTIEL FRANCE
- QUIMDIS
- RECKITT BENCKISER HEALTHCARE FRANCE
- RENE FURTERER
- ROTTAPHARM
- SAFIC ALCAN
- SANOFI AVENTIS FRANCE
- SEPPIC
- SOGIPHAR
- SOLABIA
- THERA SANA
- TONIPHARM
- VITAMINS
- WELEDA
- ZAMBON France

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Renseignez le code **6IAA45** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché des aliments sains, diététiques et fonctionnels**
6IAA58 – Octobre 2016
- **Le marché de la minceur**
6IAA63 – Mars 2016

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

À retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6IAA45 / XR

Le marché des compléments alimentaires à l'horizon 2018

Financiarisation, stratégies de marque et de communication, innovations : quelles perspectives pour le marché et le jeu concurrentiel ?

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
 Prénom : _____
 Fonction : _____

 Société : _____

 Adresse : _____

 Code postal : _____
 Ville : _____
 Adresse email : _____
 Téléphone : _____
 TVA Intra : _____
 N° SIRET : _____

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 600,00 € HT	1 600,00 € HT	2 000,00 € HT
1 688,00 € TTC	1 920,00 € TTC	2 400,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.
 Tarifs valables jusqu'au 31/12/2017 (TVA 20,0%).

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
 RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607