



Le marché de la nutrition sportive

Prévisions à l'horizon 2018 et analyse du paysage concurrentiel Tendances du marché et axes de développement des acteurs

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le marché de la nutrition sportive. Comme chaque titre de la collection **Xerfi Research**, elle décrypte les évolutions du marché à travers une analyse détaillée de ses déterminants, 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 au cycle de vie du marché et à sa dynamique 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 6IAA60

Jérémy Robiolle
Analyste
Xerfi Precepta

Le marché de la nutrition sportive

Prévisions à l'horizon 2018 et analyse du paysage concurrentiel Tendances du marché et axes de développement des acteurs

Edition Octobre 2016
70 pages

Opération séduction pour les fabricants de nutrition sportive

La croissance est toujours au rendez-vous sur le marché de la nutrition sportive. Une dynamique entretenue par l'amélioration continue de l'hygiène de vie des sportifs de haut niveau, la pratique de plus en plus courante et intensive du *fitness* et du *running* et plus globalement par le culte de la performance au sein de notre société. Les marques et fabricants ne ménagent pas non plus leurs efforts pour que le marché dépasse enfin son statut de niche réservée à une clientèle de professionnels ou de culturistes. Les initiatives se multiplient ainsi pour gagner en crédibilité auprès des consommateurs (labels, nouvelles allégations, etc.), animer des communautés autour des marques (création de « clubs », présence renforcée sur les réseaux sociaux, etc.) et toucher de nouveaux clients (développement de l'offre en GSA, innovations dans le bio et le sans gluten, etc.) Dans ce contexte, **quelles sont les réelles perspectives du marché pour les années à venir ? Quels leviers seront privilégiés pour fidéliser les clients et en séduire de nouveaux ?**

Les points clés de l'étude

- **L'évolution du marché et nos scénarios prévisionnels exclusifs à l'horizon 2018**
Dynamique de croissance des ventes de nutrition sportive en France à l'horizon 2018 en fonction de plusieurs hypothèses, analyse du cycle de vie du marché français, opportunités et menaces à moyen terme
- **Tous les chiffres et éléments pour comprendre l'évolution de la demande**
Moteurs et freins de la pratique sportive en France, étude des arbitrages de consommation de 4 grands profils de clients (« professionnels », « adeptes », « amateurs », « opportunistes ») à partir de critères discriminants (niveau de pratique sportive, type de produits, degré de substituabilité)
- **Les grandes tendances du marché de la nutrition sportive**
Élargir la cible de clientèle (augmentation de l'offre en GSA, innovations dans le bio et le sans gluten), gagner la confiance des consommateurs (recours croissant aux labels, obtention de nouvelles allégations), créer une communauté autour des marques (création de « clubs », conseils personnalisés, etc.)
- **L'analyse du paysage concurrentiel et des forces en présence**
Classement des 35 principales marques de nutrition sportive sur le marché français, tableaux de positionnement des 8 grands fabricants nationaux par catégorie de produits et par circuit de distribution

« 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, Xerfi vous propose deux scénarios prévisionnels sur l'évolution des ventes de produits de nutrition sportive à l'horizon 2018. Ces derniers reposent sur une méthodologie rigoureuse prenant en compte : l'évolution de la demande (hygiène de vie des sportifs de haut niveau, développement du *fitness*, etc.), le contexte concurrentiel (émergence de nouveaux entrants, marges de manœuvre en matière tarifaire), les mutations de l'offre (innovation, stratégies commerciales des fabricants).

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. COMPRENDRE LE MARCHÉ DE LA NUTRITION SPORTIVE

1. LES FONDAMENTAUX DU MARCHÉ

- Les définitions et le périmètre retenu : produits énergétiques, produits riches en électrolytes, produits protéinés, produits comportant des substances telles que la caféine et la créatine
- Les produits de nutrition sportive et leurs objectifs : avant l'effort (développement musculaire, préparation de l'organisme), pendant l'effort (hydratation, endurance), après l'effort (réhydratation, récupération musculaire)
- Les « substituts » à la nutrition sportive : yaourts concentrés, aliments de régime, barres de céréales, eaux de coco
- Quelques éléments de réglementation : le règlement européen sur les allégations, la norme AFNOR au service de la lutte anti-dopage

2. LA PRÉSENTATION DE LA FILIÈRE

- Focus sur les circuits de distribution des produits de nutrition sportive : profils des distributeurs, niveaux d'intensité concurrentielle, degré d'intégration des fabricants
- Les forces et les faiblesses des principaux circuits de distribution : grandes surfaces alimentaires, magasins de nutrition sportive, magasins de sport, salles de sport, sites marchands spécialisés, sites officiels des fabricants

2. L'ANALYSE DU MARCHÉ ET SON ENVIRONNEMENT

1. LA MÉTHODOLOGIE ET LES DÉTERMINANTS DU MARCHÉ

- La méthodologie d'analyse du marché
- Les principaux déterminants du marché : la pratique du sport en France, la situation financière des ménages, l'évolution des prix de vente, l'image et la crédibilité des produits, l'évolution de la réglementation, le recours aux substituts, le référencement de l'offre, les stratégies commerciales des opérateurs

2. L'ENVIRONNEMENT DU MARCHÉ

- À retenir
- Le nombre de sportifs de haut niveau (2009-2014) : tendances de moyenne période, analyse qualitative de leur hygiène de vie, impact sur les ventes de produits de nutrition sportive
- Les facteurs favorables à la pratique du sport en France : volontarisme des pouvoirs publics, développement des infrastructures sportives, attention croissante accordée à la santé et au bien-être, etc.
- Le développement du *fitness* : part des Français pratiquant le *fitness* à l'heure actuelle, évolution du parc cumulé des 15 principaux groupes de salles de fitness en France (2014-2016)
- Le nombre de licenciés sportifs (2005-2014) : tendances de moyenne période, propension des sportifs amateurs à consommer des produits de l'effort
- Le pouvoir d'achat des ménages (2012-2016e) : marges de manœuvre budgétaires des Français, incidences potentielles sur leurs arbitrages de consommation
- Les écarts de prix avec les « substituts » : comparatif d'un panel de 65 références de barres de céréales et de barres énergétiques, comparatif d'un panel de 42 références de boissons hydratantes et de poudres / boissons énergétiques
- Le poids des dépenses pré-engagées et les arbitrages de consommation selon les 4 profils de clients identifiés par Xerfi : « professionnels », « adeptes », « amateurs », « opportunistes »

3. L'ANALYSE DU MARCHÉ ET SES PERSPECTIVES À MOYEN TERME

- À retenir
- L'évolution des déterminants
- Les moteurs et freins à la croissance du marché : structuration et sophistication de l'offre, émergence de nouveaux entrants, image des produits, etc.
- Le cycle de vie du marché en France : estimation de la dynamique actuelle, potentiel de croissance à l'horizon 2018 selon plusieurs scénarios
- Les opportunités et menaces à moyen terme : conversion de nouveaux profils de consommateurs, changements réglementaires, etc.

LE JEU CONCURRENTIEL

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel et des marques de nutrition sportive en France. Hors marques vendues exclusivement depuis l'étranger, pas moins d'une soixantaines de références coexistaient sur le marché à fin 2016 selon Xerfi. Et aucune d'entre elles ne concentrait à cette date plus de 10% de part de marché en valeur tous circuits confondus. Environ un tiers appartenaient à des fabricants nationaux, dont certaines font figure de véritables pionnières, à l'image d'*Overstim.s*, d'*Isostar* ou d'*EAfit*.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, les experts de Xerfi ont décrypté les axes suivis par les acteurs de la nutrition sportive. Parmi ceux-ci : l'élargissement de la cible de clientèle (développement de l'offre en GSA, innovations dans le bio et le sans gluten, etc.), la recherche d'une plus grande crédibilité auprès des consommateurs (respect de labels, obtention de nouvelles allégations, etc.), la création d'une communauté autour de leurs marques (création de « clubs », présence renforcée sur les réseaux sociaux, etc.).

4. LES TENDANCES DU MARCHÉ

- Élargir la cible de clientèle : augmentation de l'offre en grandes surfaces alimentaires, innovations dans le bio et le sans gluten, etc.
- Gagner la confiance des consommateurs : recours croissant aux labels, obtention de nouvelles allégations « santé » sur le marché, etc.
- Créer une communauté autour des marques : multiplication des « clubs », personnalisation du conseil aux clients, présence sur les réseaux sociaux, etc.

3. LES FORCES EN PRÉSENCE

1. LES PRINCIPALES MARQUES DU MARCHÉ

- À retenir
- Tableau de positionnement des 35 principales marques de nutrition sportive commercialisées en France

2. LES PRINCIPAUX FABRICANTS FRANÇAIS

- À retenir
- Classement des 8 principaux fabricants français sur le marché de la nutrition sportive
- Tableau de positionnement des 8 principaux fabricants français par activité d'origine
- Tableau de positionnement des 8 principaux fabricants par catégorie de produits
- Tableau de positionnement des 8 principaux fabricants par circuit de distribution

3. LES FICHES D'IDENTITÉ DES PRINCIPAUX FABRICANTS

- EA Pharma
- Décathlon
- Nutrition et Santé
- Lactalis
- Nutrisens
- Diété Sport France
- Laboratoire Nutergia
- Laboratoires Ineldea

LES PRINCIPAUX GROUPES ET SOCIÉTÉS CITÉS DANS L'ÉTUDE

• ARKOPHARMA	• LABORATOIRE ERIC FAVRE	• NUTRIXLAB
• BALARAMA		• OXSITIS
• BARIATRIX EUROPE	• LABORATOIRE AFFYSPO	• PEPSICO
• BIOTECH USA	• LABORATOIRE EFFINOV	• PERFORMANCE SPORT NUTRITION
• CAP NUTRITION	• LABORATOIRE COMPANY	• PRO DIETIC
• THE COCA-COLA COMPANY	• LABORATOIRE FENIOUX	• PYC LABORATOIRE
• DÉCATHLON	• LABORATOIRE LESCUEYER	• RITTER SPORT
• DHC NUTRITION	• LABORATOIRE NUTERGIA	• SLIMPACK
• DIÉTÉ SPORT FRANCE	• LABORATOIRES NHCO	• SCIENCE IN SPORT
• EA PHARMA	• LACTALIS	• SCITEC NUTRITION
• ETIXX	• NUTRICHEM DIÉT	• UNIDIET
• HANSELLS FOOD	• NUTRISSENS	• UNIVERSAL NUTRITION
• HEALTH SCIENCE INTERNATIONAL	• NUTRITION ET SANTÉ	
• JLB DÉVELOPPEMENT		

LES PRINCIPALES MARQUES CITÉES DANS L'ÉTUDE

• AFFYSPO	• INKOSPOR	• PERFORMANCE SPORT NUTRITION
• APTONIA	• ISOSTAR	• RITTER
• APURNA	• LACTEL PORTEUS	• SCITEC NUTRITION
• BALARAMA	• MUSCLETECH	• SCIENCE IN SPORT
• BIOTECH USA	• NHCO NUTRITION	• STC NUTRITION
• EAFIT	• NUTERGIA	• SUPRAGEN
• EFFINOV SPORT	• NUTRATLETIC	• UNIVERSAL NUTRITION
• ERGYSPO	• NUTRISSENS SPORT	• VITASPORT
• ERIC FAVRE	• OVERSTIM.S	• WEIDER
• ETIXX	• OXSITIS	
• FENIOUX	• POWERADE	
• GATORADE	• POWERBAR	
• GERBLE		

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

- ❶ Rentrez le code **6IAA60** 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

- **Les salles de sport et de remise en forme**
6SME63 – Septembre 2016
- **Le sport business**
6SME49 – Avril 2016

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



BON DE
COMMANDE

A retourner à :
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone : 01 53 21 81 51
Email : commande@xerfi.fr

Réf : 6IAA60 / XR-

INFORMATIONS CLIENT

Nom : _____
Prénom : _____
Fonction : _____

Société : _____

Adresse : _____

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

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 31/10/2017 (TVA 20,0%).

Le marché de la nutrition sportive

Prévisions à l'horizon 2018 et analyse du paysage concurrentiel
Tendances du marché et axes de développement des acteurs

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 200,00 € HT	1 200,00 € HT	1 600,00 € HT
1 266,00 € TTC	1 440,00 € TTC	1 920,00 € 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 :

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