



F I C H E C O N S E I L S

Les compléments alimentaires : un levier de croissance pour l'officine

Depuis le classique comprimé de vitamine C jusqu'à la cure de zinc contre le vieillissement de la peau, en passant par le sirop aux plantes en prévention du rhume, l'offre des compléments alimentaires n'a cessé de s'enrichir. Et ça marche. Le marché a grimpé à 1,8 milliard d'euros en 2017, soit une croissance de près de 6%, d'après le Synadiet. Si deux tiers des Français croient les compléments alimentaires bénéfiques, ils sont autant à avouer mal connaître le sujet.

Une opportunité pour vous, futur pharmacien, d'apporter conseil, compétence et réassurance sur ce marché porteur.



L'OFFICINE : UN CIRCUIT PRIVILÉGIÉ

Le circuit officinal domine toujours le marché des compléments alimentaires avec 51 % de PMD, loin devant la vente directe ou à distance (17 % du marché), les boutiques bio et autres circuits spécialisés (15 %), les grandes surfaces (11 %) ou les parapharmacies (6 %). C'est le circuit le plus dynamique avec une progression de 7,7 % l'an passé.

Trois secteurs dominent les ventes en pharmacie :

- « Sommeil, stress, humeur » (154 M€, + 22,6 %)
- « Digestion, transit » (150 M€, + 15,1 %)
- « Vitalité » (145 M€, - 1,3 %)



SEGMENTEZ LE RAYON

Il est primordial de réaliser une segmentation pour faciliter la compréhension et l'utilisation par le consommateur.

La segmentation la plus logique et la plus facile à réaliser est celle par besoin :

- Minceur-Drainage,
- Tonus-Vitalité,
- Cholestérol,
- Sommeil et stress,
- Défenses immunitaires,
- Peau/ongles/cheveux/solaires,
- Ménopause,
- Digestion,
- Détox...

Pour chacun de ces segments vous devez clairement afficher le besoin qu'elle adresse et, idéalement inclure des fiches pédagogiques qui expliquent à minima les actifs les plus importants.

- Votre Objectif est d'informer et éduquer les consommateurs, grâce aux quelques minutes qu'il consacrerà à la lecture de ces fiches qui doivent être renouvelées régulièrement.



PROPOSEZ UNE OFFRE LARGE

L'offre-produit est, avec le conseil sur place, une arme redoutable pour créer une vraie différence par rapport à la concurrence. Cette offre doit donc être large et complète, à la fois en termes de marques et de références/types de produits.

- Privilégiez les marques qui apportent le meilleur soutien en termes de formation, de démonstration et de supports de vente (prospectus, affichettes, stop-rayons, échantillons...). Cela vous permettra d'animer le rayon au cours des saisons.
- Intégrez systématiquement une ou deux marques référentes par sphère d'action.
- Donnez la chance aux innovations et/ou ingrédients qui font le « buzz » et analysez-les sur une période de vente de 3 mois minimum.
- Intégrez un choix restreint mais raisonné des produits très techniques ou de niche qui vont apporter de l'expertise à l'assortiment.



ANIMEZ LE RAYON

L'animation passe par des mises en avant de produits, soit par des offres promotionnelles soit par des présentations saisonnières (notamment la suggestion de cures associant plusieurs produits voire plusieurs rayons de produits).

- Créez la différence en proposant à vos clients des informations produits complètes, grâce à une ou deux tablettes numériques qui leur permettront, sur place, d'accéder aux fiches produits ou à l'information sur un actif ou une marque.
- La présence d'un diffuseur d'huile essentielle permet aussi de communiquer efficacement sur l'intérêt de l'aromathérapie et de stimuler des achats d'impulsion.
- La présence régulière (au moins une fois par semaine) d'un(e) naturopathe peut favoriser l'augmentation du panier moyen.
- Relayez les offres en vitrine pour s'adapter aux saisons et donc aux besoins du moment.



LES FRANÇAIS ET LES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES

1 Français sur 2

affirme avoir déjà consommé des compléments alimentaires au moins une fois (**14 %** sous forme de cures saisonnières, **6 %** toute l'année)

Les sondés les considèrent utiles à

67% pour « lutter contre une alimentation déséquilibrée »,

64% pour « certaines périodes de l'année ».

Pour plus de la moitié, « consommer des compléments alimentaires permet de prévenir ou ralentir certains problèmes de santé ».

65% des Français s'estiment peu ou pas du tout informés sur les compléments alimentaires.

73% d'entre eux sont demandeurs d'informations.

Ils souhaiteraient en premier lieu que les professionnels de santé soient plus en mesure de les conseiller, de les informer.

Sondage réalisé en ligne sur 1.000 Français entre le 10 et le 12 janvier dernier par OpinionWay.