

EGENVÅRDSMARKNADEN 2015



FÖRSÄLJNINGSTATISIK ÖVER KOSTTILLSKOTT,
VITAMINER OCH SPORTNUTRITION I SVERIGE 2015

1. Den svenska försäljningsstatistiken

För tredje året presenterar Svensk Egenvård och Euromonitor International försäljningsstatistik för den svenska egenvårdsmarknaden. Statistiken omfattar all försäljning av kosttillskott, vitaminer och sportnutrition på den svenska marknaden under 2015.

Försäljningen omfattar samtliga försäljningskanaler såsom apotek, dagligvaruhandel, hälsofackhandel, träningsanläggningar, postorder och Internetförsäljning. För första gången redovisas även storleken på respektive försäljningskanal.

Kategoriseringarna inom egenvårdsmarknaden är inte internationellt standardiserade vilket medför att siffrorna i denna statistik inte kan jämföras med annan statistik. Så långt det varit praktiskt möjligt följer denna redovisning de regler som gäller i Sverige. I kategorin växtbaserade produkter och kosttillskott ingår det dock vissa produkter som inte är klassificerade som kosttillskott i Sverige.

Tidigare år har växtbaserade läkemedel och viktminskningsprodukter redovisats tillsammans med kosttillskott och vitaminer. Detta har medfört missuppfattningar kring hur mycket kosttillskott som säljs i Sverige. Dessa produkter ingår därför inte i denna rapport.

Försäljningssiffrorna presenteras i löpande priser inklusive moms för åren 2010-2015 uttryckt i miljoner svenska kronor. Inflationen under motsvarande tid har varit 4,4 %.

Produkt	2014	2015
Vitaminer och kosttillskott	2 521,1	2 598,6
Kosttillskott	1 129,1	1 152,3
Växtbaserade produkter och kosttillskott	516,6	545,7
Flytande kosttillskott	203,9	210,3
Vitaminer och kosttillskott för barn	56,8	58,1
Flytande näringstillskott	10,2	10,4
Vitaminer	604,5	621,9
Sportnutrition	1 155,0	1 225,3
TOTAL	3 676,1	3 824,0

2. Kosttillskott och Vitaminer

Kategori	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Kosttillskott och vitaminer	2 225,0	2 296,6	2 370,0	2 466,3	2 521,2	2 598,6
Kosttillskott*	1 439,4	1 491,6	1 546,4	1 612,5	1 645,7	1 698,0
Vitaminer	554,2	561,0	567,3	589,3	604,5	621,9
Flytande näringstillskott**	9,5	9,8	9,9	10,0	10,2	10,4
Flytande kosttillskott***	113,5	121,8	191,0	198,6	203,9	210,3
Vitaminer och kosttillskott för barn	50,0	52,1	54,9	56,0	56,8	58,1

* I kategorin ingår både vanliga och växtbaserade kosttillskott.

** Näringsrika drycker som används som kosttillskott och för att ersätta måltider (ej måltidsersättningar för viktkontroll).

*** Kategorin innefattar flytande former av kombinationskosttillskott. I kategorin ingår inte juicekoncentrat av s.k. superfrukter, vitaminvatten eller viktminskningsdrycker.

5 STÖRSTA VARUMÄRKENA INOM KATEGORIN KOSTTILLSKOTT:

Varumärke	Företag	Andel %
VitaePro	Vitaelab AB	8,6
Probi	Bringwell	4,6
Fritt Flyt	Pfizer	4,2
Friggs	Midsona	3,8
Gerimax	Orkla	3,7

Detta är en sammanslagning av alla kosttillskott bestående av mineraler, fiskolja/omega fettsyror, probiotika, Q10 och växtbaserade tillskott m.m. Produkterna är avsedda att komplettera kosten med extra ämnen med näringsmässig eller fysiologisk verkan.

EGENVÅRDSMARKNADEN 2015

5 STÖRSTA VARUMÄRKENA INOM KATEGORIN VITAMINER:

Varumärke	Företag	Andel %
Friggs	Midsona	30,0
MittVal	Meda	9,1
Apoteket	Apoteket AB	8,6
Multiplex	Cederroth	6,0
Berocca	Bayer	5,5

I kategorin ingår vitaminer och multivitamin. I kategorin ingår inte kombinationer av multivitamin med andra kosttillskott såsom probiotika eller omega fettsyror. Dessa redovisas som kosttillskott.

5 STÖRSTA VARUMÄRKENA INOM KATEGORIN VÄXTBASERADE PRODUKTER OCH KOSTTILLSKOTT:

Varumärke	Företag	Andel %
Chi San*	Bringwell	9,8
Gerimax	Orkla	9,3
Arctic Root*	Bringwell	8,0
Friggs**	Midsona	7,8
Litomove	Orkla	7,0

* Växtbaserade läkemedel

** Delvis växtbaserade läkemedel

I kategorin ingår kosttillskott som består av vitlök, nyponpulver, ginseng m.m. Det ingår även några produkter som i Sverige klassas som växtbaserade läkemedel men som internationellt sett brukar hamna i kategorin kosttillskott.

EGENVÅRDSMARKNADEN 2015

FÖRSÄLJNINGSKANALERNA FÖR KOSTTILLSKOTT OCH VITAMINER:

Försäljningskanal	2015
Dagligvaruhandel	25,1
Apotek	23,7
Hälsobackhandel	22,0
Internetförsäljning*	15,6
Direktförsäljning**	6,9
Hemförsäljning***	3,8
Övriga	2,8

* När försäljningen sker via Internet räknas det som Internetförsäljning oavsett om det är ett apotek, en hälsokostbutik eller livsmedelsaffär som säljer produkten.

** Direktförsäljning sker på arbetsplatser, i bostaden och på särskilda event.

*** Hemförsäljning är postorder, tv-shopping och telefonförsäljning.

Vår sammanställning visar att dagligvaruhandeln är det försäljningsställe där mest kosttillskott och vitaminer inhandlas. Apoteken och hälsobackhandeln är de två andra stora inköpsställen. Över 70 % av inköpen sker alltså i butik.

SAMMANFATTNINGSVIS:

- **Försäljningen av kosttillskott har stigit med 2,1 % under 2015.**
- **Försäljningen av kosttillskott har stigit med 18,0 % sedan 2010.**
- **Försäljningen av vitaminer har stigit med 2,9 % under 2015.**
- **Försäljningen av vitaminer har stigit med 12,2 % sedan 2010.**

3. Sportnutrition

Kategori	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Sportnutrition	873,1	938,1	1 014,2	1 084,9	1 155,0	1 225,3

I kategorin ingår produkter som förbättrar fysisk uthållighet, ökar muskeltillväxt/utveckling/massa eller påskyndar återhämtning efter träning. Sportnutrition riktar sig till idrottsmän och gymbesökare. Produkterna säljs som pulver, bars, ready-to-drink (RTD), gel eller i tablettform.

Både proteinbaserade och icke-proteinbaserade produkter ingår. Av de proteinbaserade produkterna ingår endast bars, pulver och RTD med mer än 20 gram protein per portion. I kategorin ingår inte vanliga sportdrycker eller energidrycker.

Produkterna i denna kategori är till största delen inte klassificerade som kosttillskott i Sverige.

5 STÖRSTA VARUMÄRKENA INOM KATEGORIN SPORTNUTRITION:

Varumärke	Företag	Andel %
Star Nutrition	Gymgrossisten	21,4
Maxim	Orkla	10,5
Gainomax	Norrmejerier	9,7
Twinlab	Twinlab Corp	3,1
Self Omninutrition	13:e Protein Import	2,8

EGENVÅRDSMARKNADEN 2015

FÖRSÄLJNINGSKANALERNA FÖR SPORTNUTRITION:

Försäljningskanal	2015
Internetförsäljning	45,1
Hälsofackhandel *	22,5
Dagligvaruhandel	4,6
Direktförsäljning **	3,2
Övriga ***	24,6

* I kategorin ingår utöver hälsokostbutikerna även butiker för träning och fitness.

** Direktförsäljning sker på arbetsplatser, i bostaden och på särskilda event.

*** Bland övriga försäljningskanaler ingår försäljningen på gym och andra träningsanläggningar.

Till skillnad från konsumenterna av vanliga kosttillskott och vitaminer väljer nästan hälften att köpa sina produkter via Internet. Dagligvaruhandeln som dominerar försäljningen av vanliga kosttillskott har här en mycket liten andel.

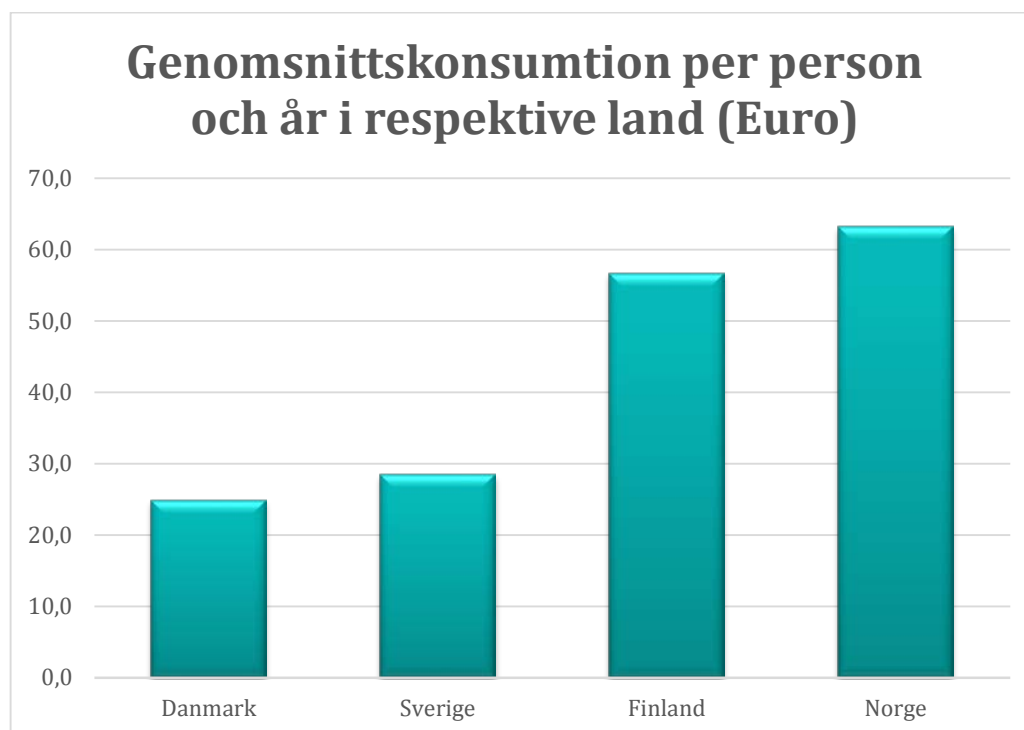
SAMMANFATTNINGSVIS:

Försäljningen av sportnutrition har stigit med 6,1 % under 2015.

Försäljningen av sportnutrition har stigit med 40,3 % sedan 2010.

5. Norden

Genomsnittskonsumtionen av kosttillskott och vitaminer per person (alla åldersgrupper medräknande) i de nordiska länderna:



Den svenske genomsnittskonsumtionen handlar kosttillskott och vitaminer för 267 SEK per år. Sportprodukter ingår inte i denna beräkning. *Beräknad kurs 1 Euro=9,36 SEK.*



www.svenskegenvard.se

info@svenskegenvard.se

08-545 411 60