



Egenvårdsmarknaden 2017

Försäljningsstatistik över kosttillskott,
vitaminer, sportnutrition, viktkontroll och
växtbaserade läkemedel i Sverige

FÖRSÄLJNINGSTATISTIK FÖR DEN SVENSKA EGENVÅRDSMARKNADEN 2017

Svensk Egenvård redovisar tillsammans med Euromonitor International försäljningsstatistik för den svenska egenvårdsmarknaden. Detta är den enda tillgängliga försäljningsstatistik som omfattar alla försäljningskanaler.

Statistiken omfattar all försäljning av kosttillskott, vitaminer, viktminskningsprodukter, växtbaserade läkemedel och sportnutrition på den svenska marknaden under 2017. Försäljningen omfattar samtliga försäljningskanaler såsom apotek, dagligvaruhandel, hälsofackhandel, träningsanläggningar, postorder och Internetförsäljning.

Kategoriseringarna inom egenvårdsmarknaden är inte internationellt standardiserade vilket medför att siffrorna i denna statistik inte kan jämföras med annan statistik. Försäljningssiffrorna presenteras i *löpande priser* inklusive moms för åren 2012-2017 uttryckt i miljoner svenska kronor. Inflationen har under denna period varit 2,3 %. Helåret 2017 var inflationen 1,6 %.¹

Försäljningsvärdet av den svenska egenvårdsmarknaden (2015-2017):

Produkt	2015	2016	2017
Kosttillskott/ Vitaminer	2 584,8	2 674,6	2 779,4
Vitaminer och kosttillskott för barn	58,0	60,0	62,3
Växtbaserade kosttillskott	543,3	566,7	588,6
Kosttillskott	1 140,6	1 177,5	1 234,1
Flytande kosttillskott	209,0	215,7	222,4
Flytande näringstillskott	10,6	11,0	11,4
Vitaminer	633,9	654,7	672,0
Viktkontroll	497,3	452,0	438,6
Sportnutrition	1 230,0	1 281,5	1 379,2
Växtbaserade läkemedel	256,9	261,2	278,9
Totalt	4 569,0	4 669,4	4 876,2

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

Kategori i procent av hela marknaden:

Kategori	2015	2016	2017
Kosttillskott/ Vitaminer	56,6 %	57,3 %	57,0 %
Viktkontroll	10,9 %	9,7 %	9,0 %
Sportnutrition	26,9 %	27,4%	28,3%
Växtbaserade läkemedel	5,6 %	5,6 %	5,7 %

Tillväxt 2017 per kategori;

- Kosttillskott och Vitaminer 3,9 %
- Viktkontroll - 3,0 %
- Sportnutrition 7,6 %
- Växtbaserade läkemedel 6,8 %

¹ Inflationstakten 2017 är baserat på prognostiserat värde för helåret, prognosen är från tredje kvartalet 2017.

1. KOSTTILLSKOTT & VITAMINER

Kategori	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Växtbaserade kosttillskott*	445,0	487,3	516,6	543,3	566,7	588,6
Kosttillskott**	1 110,3	1 134,3	1 133,5	1 140,6	1 177,5	1 234,1
Flytande näringstillskott***	9,9	10,0	10,2	10,6	11,0	11,4
Flytande kosttillskott****	191,5	198,6	203,9	209,0	215,7	222,4
Vitaminer	567,3	589,3	604,5	633,9	654,7	672,0
Vitaminer och kosttillskott för barn	54,9	55,9	56,8	58,0	60,0	62,3
Kosttillskott och vitaminer, Total	2 369,0	2 465,4	2 515,3	2 584,8	2 674,6	2 779,4
Utveckling för kosttillskott och vitaminer (%)		4,1 %	2,0 %	2,8 %	3,5 %	3,9 %

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

* Växtbaserade kosttillskott såsom vitlök, nypon, ginseng, kombinationsprodukter med flera växter i fast form.

** Traditionella kosttillskott såsom omega-3, mjölktsyrbakterier, mineraler, kombinationsprodukter som multivitamin + omega/ginseng (ej vanliga multivitaminer bestående av enbart vitaminer och mineraler).

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

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

5 största varumärkena inom kategorin kosttillskott 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
VitaePro	Vitaelab	7,1
Probi	Bringwell (Midsona)	5,1
Fritt Flyt	Pfizer	3,8
Gerimax	Orkla Care	3,7
Friggs	Midsona	3,5

Denna kategori är består av omega-3, mjölktsyrbakterier, mineraler, kombinationsprodukter som multivitamin + omega/ginseng etc. Produkterna är avsedda att komplettera kosten med extra ämnen med näringsmässig eller fysiologisk verkan.

5 största varumärkena inom kategorin vitaminer 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
Friggs	Midsona	29,6
Mittval	Meda	10,0
Apoteket	Apoteket AB	8,4
Berocca	Bayer	5,7
Active Care	Orkla Care	5,5

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

2. VIKTKONTROLL

Kategori	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Måltidsersättning	459,9	445,0	417,2	395,3	358,8	353,8
Viktminskningstillskott	117,4	113,8	106,9	101,9	93,2	84,9
Viktkontroll, Total	577,2	558,8	524,0	497,3	452,0	438,6
Utveckling viktkontroll (%)		-3,19 %	-6,23 %	-5,10 %	-9,11 %	-2,96 %

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

5 största varumärkena inom kategorin måltidsersättning 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
Nutrilett	Orkla Care	28,4
Herbalife	Herbalife	22,1
Naturdiet	Midsona	20,7
Allévo	Karo Pharma	13,7
Modifast	Impolin	4,3

Kategorin definieras som dietlivsmedel och drycker som är speciellt utformade för de som vill gå ned eller kontrollera sin vikt. Produkterna är näringsberikade, ofta kalorisnåla, och med ett högt proteininnehåll. De äts som ersättning för all kost eller delar av kosten under en dag. Produkttyper som ingår är exempelvis shakes, pulver, soppor och bars. I kategorin ingår inte kalorireducerade färdigrätter som inte är näringsberikade.

5 största varumärkena inom kategorin viktminskningstillskott 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
XL-S Medical	ACO Hud	34,7
Herbalife	Herbalife	24,5
Nutrilite	Amway Sweden	7,7
Forever Living	Forever Living Products	5,8
Olimp Labs	Olimp Laboratories	2,5

Huvudsakliga produkttyper är aptitdämpande, fett/kolhydratblockerare och fettförbrännare. Detoxtabletter som marknadsförs som bantningshjälpmedel inkluderas. Såväl växtbaserade som icke växtbaserade produkter inkluderas. Även medicintekniska produkter ingår i kategorin. I kategorin ingår inte receptbelagda eller receptfria läkemedel, inte heller s.k. energiboosttabletter.

3. VÄXTBASERADE LÄKEMEDEL OCH KOSTTILLSKOTT

Kategori	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Växtbaserade läkemedel	246,9	262,7	250,5	256,9	261,2	278,9
Växtbaserade smärtstillande	22,6	23,1	23,5	24,1	26,6	27,4
Växtbaserade sömnhjälp	33,9	32,6	31,9	31,6	31,5	31,4
Växtbaserade förkylning, allergi	123,0	126,7	110,6	108,8	104,2	113,9
Växtbaserade magbesvär	67,4	80,0	83,9	91,0	97,3	104,6
Växtbaserade dermatolog. medel	0,1	0,2	0,6	1,4	1,6	1,6
Växtbaserade kosttillskott*	506,6	549,5	584,5	611,6	635,8	658,5
Växtbaserade kosttillskott fast	445,0	487,3	516,6	543,3	566,7	588,6
Växtbaserade kosttillskott flyt	61,6	62,2	67,9	68,3	69,1	69,9
Växtbaserade läkemedel och produkter	753,5	812,1	835,0	868,5	897,1	937,4
Utveckling alla växtbaserade produkter (%)		7,8 %	2,8 %	4,0 %	3,3 %	4,5 %

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

I kategorin ingår växtbaserade läkemedel (VBL) och traditionella växtbaserade läkemedel (TVBL). Dessutom redovisas här även växtbaserade kosttillskott* för att ge en samlad bild av de växtbaserade produkterna. I sammanställningen för hela egenvårdsmarknaden ingår de i gruppen "Kosttillskott & Vitaminer".

Växtbaserade läkemedel; läkemedel där den verksamma beståndsdelens utslutande utgörs av växtbaserade material eller växtbaserade beredningar. Samma godkännandeprocess som för konventionella läkemedel. VBL kan vara både receptfria och receptbelagda. I statistiken redovisas endast receptfria VBL.

Traditionella växtbaserade läkemedel; de aktiva komponenterna utgörs av växtmaterial där indikationerna grundar sig utslutande på erfarenhet av långvarig användning. Effekten ska bedömas vara rimlig och användningsområdet baseras endast på traditionellt bruk av växtmaterialet under minst 30 år, varav minst 15 år inom EU.

Växtbaserade kosttillskott; kosttillskott som består av växt eller växtextrakt, exempelvis vitlök, nyponpulver och ginseng.

5 största varumärkena inom kategorin växtbaserade läkemedel och kosttillskott 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
Kan Jang	Green Medicine (Midsona)	8,8 %
Gerimax	Orkla Care	6,2 %
Litomove	Orkla Care	5,7 %
Friggs	Midsona	4,6 %
Forever Living	Forever Living Products	4,1 %

4. SPORTNUTRITION

Kategori	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sportnutrition med protein	580,1	623,8	671,3	725	754,5	831,8
Sportnutrition utan protein	434,2	461,1	483,7	505	527	547,5
Sportnutrition totalt	1 014,2	1 084,9	1 155,0	1 230,0	1 281,5	1 379,2

(summorna i tabellen anges i miljoner svenska kronor)

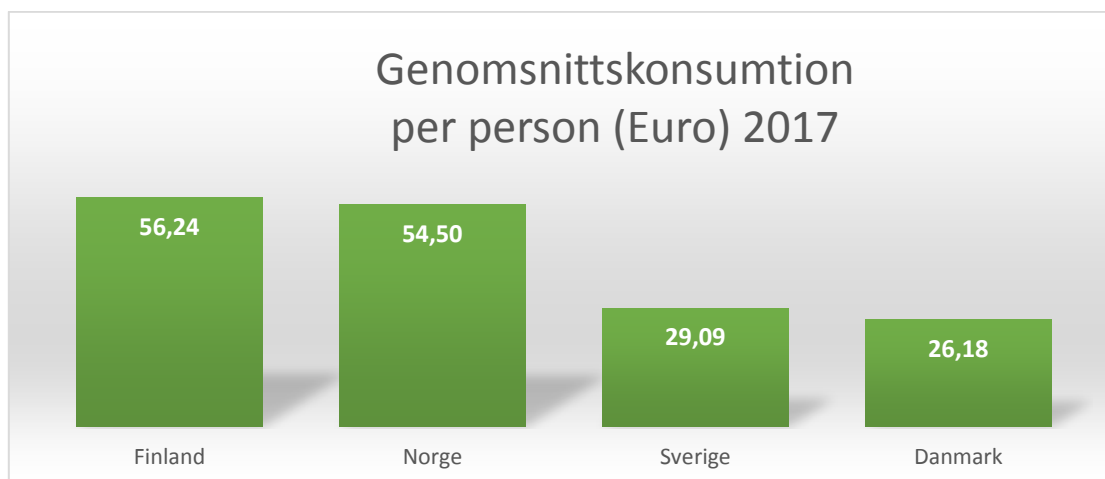
I kategorin ingår produkter som förbättrar fysisk uthållighet, ökar muskeltillväxt/utveckling/massa eller påskyndar återhämtning efter träning. Sportnutrition riktar sig till idrottsmän och gymbesökare. Produkterna säljs som pulver, bars, ready-to-drink (RTD), gel eller i tablettform.

5 största varumärkena inom kategorin sportnutrition 2017:

Varumärke	Företag	Andel %
Star Nutrition	HSNG (Orkla)	14,8
Maxim	Orkla Care	9,0
Dalblads	Midsona	8,9
Gainomax	Norrmejerier	8,1
Body Science	MM Sports	7,1

5. DEN NORDISKA MARKNADEN FÖR KOSTTILLSKOTT

De svenska och danska genomsnittskonsumenterna spenderar avsevärt mindre pengar på kosttillskott och vitaminer än konsumenterna i Norge och Finland. Det ska tilläggas att någon motsvarande försäljningsstatistik inte sammanställs i övriga nordiska länder vilket kan medföra större avvikelser. Skillnaderna är ändå tydliga.



6. PROBIOTIKA

Probiotika är enligt Världshälsoorganisationen (WHO) levande och nyttiga bakterier som när de tillförs i tillräcklig mängd medför hälsovinster för konsumenten. Trots detta får termen probiotika inte användas i marknadsföring inom EU, detta beror på att ordet probiotika anses vara ett ospecifikt hälsopåstående. För att få använda ospecifika hälsopåståenden måste de följas upp av ett specifikt hälsopåstående vilket idag saknas för probiotika. I omvärlden är probiotika ett allmänt vedertaget begrepp. För första gången redovisas här skillnaderna i tillväxt mellan olika världsdelar.

Statistiken innefattar probiotika så som orala tillskott för mage, tarm, mun och vaginal hälsa. Produkter med syftet att motverka symptom (t.ex. diarréer) eller för en sundare hälsa ingår. En del yoghurtstyper ingår men inte alla beroende på bakteriekultur. Här redovisas inte multivitaminer och fibertillskott som sekundärt innehåller probiotika. Vi räknar inte heller med prebiotika - alltså diverse matprodukter eller ämnen som ska stimulera bättre tillväxt av goda bakterier utan att de innehåller någon bakterieflora.

Tillväxten har varit negativ i Sverige men vänt upp de senaste två åren. Tillväxttakten i Västeuropa är inte ens hälften så hög som den i Sydostasien och Nordamerika.

Sverige - Årligt försäljningsvärde i MSEK:

År	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Probiotika	138,3	142,8	121,4	105,6	122,8	134,8
Tillväxt (%)		3,3	-15,0	-13,0	16,3	9,7

Försäljningsvärde uttryckt konstanta 2017 års Euro växelkurser - värden i Miljoner EUR:

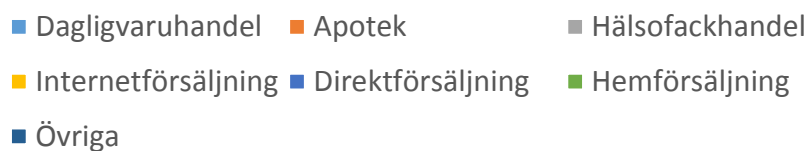
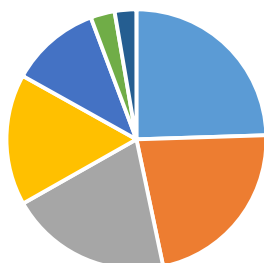
Regioner	2015	2016	2017
Sverige	11,3	13,0	14,1
Sydostasien	836,3	918,1	1 008,4
Nordamerika	1 778,3	1 984,3	2 174,0
Västeuropa	777,9	825,7	859,0

Procentuell tillväxt av probiotika i olika regioner:

Regioner	2016	2017
Sverige	15,1	8
Sydostasien	9,8	9,8
Nordamerika	11,6	9,6
Västeuropa	6,1	4

7. FÖRSÄLJNINGSKANALERNA

FÖRSÄLJNINGSKANALER FÖR KOSTTILLSKOTT OCH VITAMINER I SVERIGE 2017



Försäljningskanaler (andel i procent)

Dagligvaruhandel	24,5
Apotek	22,2
Hälsobackhandel	20,1
Internetförsäljning	16,3
Direktförsäljning	11,2
Hemförsäljning	3,0
Övriga	2,7



www.svenskegenvard.se

info@svenskegenvard.se

08-545 411 60