



Iedereen zijn voedingssupplement

De nichemarkt van de voeding/gezondheid blijft groeien en dat is onder meer te verklaren door de vergrijzende bevolking en het groeiende bewustzijn over het verband tussen gezondheid en voeding. Maar de vraag van de patiënt/consument is gewijzigd: de huidige trend gaat vandaag eerder naar de enkelvoudig samengestelde supplementen, die mikken op het herstel van voedings- en functionele tekorten.

DUIDING DOOR MARC GRYSSELS, AFGEVAARDIGD BESTUURDER BACHI.

Wie precies koopt voedingssupplementen?

Gezondheid blijft een van de grootste zorgen van de Belgen, die met enige angst kijken naar het milieu en de zogeheten beschavingsziekten. Deze bekommernis draagt bij tot een positieve houding tegenover de voedingssupplementen. De gebruikers van een voedingssupplement vertonen bovendien de bijzonderheid dat ze zich relatief goed houden aan het advies van het NVGP (Nationaal Voedings- en Gezondheidsplan).

Een voedingssupplement maakt voor deze consumenten deel uit van hun gezondheid en oplossingen, waarmee ze trouwens eerder goed mee omgaan. Net als voor een geneesmiddel, vinden ze het waardevol en ernstig.

Welke rol voor het apotheketeam?

De apotheek speelt een centrale rol bij de distributie van voedingssupplementen. Niet minder dan 85% van de voedingssupplementen wordt verkocht in apotheken. De verkoop online en in grootwarenhuizen is momenteel nog beduidend laag.

Het apotheketeam vormt daarom een essentiële ondersteuning voor het juiste gebruik van het product en voor de juiste informatie omtrent de therapietrouw en geneesmiddelenbewaking. Het team moet door het assortiment te rationaliseren, de producten selecteren die van belang zijn voor de consument en optreden als gezondheidsadviseur. Hierbij is het noodzakelijk dat het team niet langer 'marketingafhankelijk' denkt maar een proactieve adviserende houding aanneemt (in de zin van de nieuwe opdrachten van de apotheker). Dit kan echter niet zonder competentie en dus niet zonder opleiding.

Hoe groot is de markt van de vitaminen?

Deze markt is goed voor meer dan 13 miljoen verkochte verpakkingen en is lichtjes aan het krimpen (-3,2%), terwijl de OTC-markt groeit (+ 2%). De vraag van de consument/patiënt is wel veran-

derd: de gebruikers gingen geleidelijk over van de aankoop van multivitaminen (-14%) naar meer specifieke producten en in het bijzonder de vitamine D (de grootste), B, C en zink (+ 3,6% en in twee jaar + 10,9%).

De groei van de verkoop van vitamine D is al enkele jaren aan de gang. We hebben het over een groei van + 9% in 2017! Het voorschrijven en het advies worden ondersteund door verschillende onderzoeken en gezondheidsclaims.

De markt van de vitamine B groeit ook, of het nu gaat om Vit B-complexen, vitamine B12 of B9/foliumzuur. Preventiecampagnes ter bevordering van de inname van vitamine B9 tijdens de zwangerschap ter preventie van neurale buisdefecten hebben zeker tot deze sterke groei bijgedragen.



Patiënten geven momenteel de voorkeur aan specifieke producten, met specifieke doseringen en aangepast aan hun wensen in plaats van aan multivitaminereparaten.

Hoe ziet de toekomst voor de voedingssupplementen eruit?

De voedingssupplementen diversifiëren en gaan zich specialiseren. De producenten willen de troeven van de stoffen van plantaardige, minerale en dierlijke oorsprong uitspelen. De verdere toename van de beschavingsziekten in alle geïndustrialiseerde landen, is een van de factoren die de ontwikkeling van de voedingssupplementenmarkt stuurt. De alarmerende groei van obesitas, diabetes, cholesterol en de onomstotelijke gevolgen ervan, spelen een rol bij het zoeken naar nieuwe oplossingen voor de consumenten.

Virginie Villers