

	Italia
Data	21-12-2020
Testata	<b>Newsicilia.it</b>
Titolo dell'articolo	Il trend positivo degli integratori alimentari nel 2020
Short Summary	Comunicato congiunto AVEDISCO e Integratori Italia – Unione Italiana Food



## Il trend positivo degli integratori alimentari nel 2020

[NewSicilia](#) | [Rubriche](#) | [Italia](#) 21/12/2020 14:30 [Redazione NewSicilia](#) [0](#)

Nel 2020 gli **integratori alimentari** hanno conquistato fette di mercato sempre più ampie, imponendosi nel settore del benessere del corpo e della cura della salute.

Complice l'impatto della pandemia da Covid-19 sui bisogni del consumatore, sono cambiate le abitudini d'acquisto per la spesa sanitaria che tende sempre di più verso la **prevenzione delle malattie** e il **rinforzo**

**delle difese immunitarie.**

Nello specifico, i consumatori italiani hanno reagito all'emergenza sanitaria con un incremento della spesa in **prodotti fitoterapici**, mettendo in luce una consapevolezza dei benefici provenienti dai prodotti naturali e un'attenzione per il fabbisogno giornaliero di nutrienti.

### Per gli italiani cresce la domanda di vitamine

Il 2020 è stato caratterizzato da una grande espansione del volume di vendita di **vitamine** (dato che si attesta quasi al **+30%**), degli integratori per **conciliare il sonno** (**+21,2%**) e dei prodotti per il rafforzamento del **sistema immunitario** (**+30,2%**).

Questa fotografia del consumo degli italiani di integratori alimentari nel 2020 ci arriva da **Integratori Italia – Unione Italiana Food**, grazie ad una indagine condotta da **New Line Ricerche di Mercato** e **AVEDISCO, Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori**.

**Come sono cambiati i canali di vendita degli integratori alimentari**

**Say What?**  
**Press Agency – AVEDISCO**

I dati appena proposti rappresentano una situazione unica ed emblematica: il virus del Covid-19 non ha provocato uno **stravolgimento nel mercato fitoterapico** solo durante la fase di lockdown ma **anche nei mesi tardo primaverili ed estivi**. Infatti, se il canale di vendita degli integratori della Farmacia – finora considerato unico rappresentante del valore complessivo – ha subito una flessione negativa che nel mese di agosto ha mostrato un -3,5%, nello stesso periodo gli integratori alimentari hanno chiuso con una buona performance con un +2,4% del fatturato complessivo.

Questo grazie all'importanza della **vendita al dettaglio sulle piattaforme di e-commerce**. Il consumatore, senza la possibilità di recarsi fisicamente al punto vendita di fiducia a causa delle restrizioni sanitarie, è migrato online, dove può informarsi direttamente sui prodotti, confrontare le offerte ed interagire con il venditore, creando **un rapporto di fiducia tra produttore e consumatore finale**.

**Leonardo Medica**, azienda che lavora nel settore della produzione e vendita di prodotti per la salute e il benessere, ha intuito il potenziale per un marchio della presenza online e da anni persegue una **promozione degli articoli in catalogo** sia online, grazie all'e-commerce sul sito ufficiale, che **offline**, attraverso i tradizionali canali di vendita al dettaglio. I visitatori del sito web di Leonardo Medica possono così accedere sia al catalogo prodotti e scegliere la soluzione naturale più adatta alle proprie esigenze, sia conoscere l'azienda attraverso i contenuti pubblicati sul sito.