

	Italia
Data	22-11-2021
Testata	Pianetasaluteonline.com
Titolo dell'articolo	integratori alimentari, il settore chiude in positivo il primo semestre 2021: le famiglie italiane non rinunciano al benessere
Short Summary	AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021



INTEGRATORI ALIMENTARI, IL SETTORE CHIUDE IN POSITIVO IL PRIMO SEMESTRE 2021: LE FAMIGLIE ITALIANE NON RINUNCIANO AL BENESSERE

Integratori Italia e AVEDISCO presentano i dati aggiornati sul comparto

- Cresce del 43% la vendita online** (unità vendute)
- I canali distributivi "tradizionali" registrano un balzo in avanti nei volumi di vendita del +5,3%
- Buona performance della Vendita Diretta: fatturato e occupazione in crescita del 20% e 37% rispetto allo stesso periodo 2020

Quello degli integratori alimentari rappresenta da tempo un settore in forte espansione. Ancora una volta, l'aumento dei consumi di integratori alimentari e la conseguente crescita del mercato risultano stabili e riguardano sia i canali distributivi "tradizionali", sia la Vendita Diretta. Rispetto al primo semestre dell'anno scorso, è il canale online** a registrare il maggior tasso di crescita nel primo semestre 2021.

Tutto questo emerge dall'analisi congiunta condotta da Integratori Italia - Unione Italiana Food, l'associazione che in Confindustria rappresenta il settore (dati di New Line Ricerche di Mercato), e AVEDISCO, Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori.

Il fatturato in crescita dei canali "tradizionali" e Vendita Diretta

I dati di New Line (e IRI per la parte di GDO) restituiscono l'esatta fotografia del mercato degli integratori alimentari analizzando, accanto ai tradizionali canali distributivi offline (farmacia, parafarmacia e Grande Distribuzione Organizzata), un canale che recentemente ha riscosso un grande successo: l'online**.

Complice la pandemia, i cittadini hanno imparato a prestare maggiore attenzione alla propria salute e benessere. Sempre più persone hanno infatti fatto ricorso agli integratori, contribuendo così a un incremento del fatturato del 7,4% rispetto allo stesso periodo 2020 e facendo registrare un volume d'affari complessivo di oltre 2 miliardi di euro*.

Secondo i dati AVEDISCO, relativi a 19 Aziende Associate, (su un totale di 39 Aziende aderenti all'Associazione) che distribuiscono integratori alimentari, nel 1° semestre del 2021 il settore si rivela in ottima salute, generando un fatturato di 210,9 milioni di euro* e confermando la tendenza di crescita in termini di occupazione con 335.890 Incaricati alla Vendita.

La quota rosa nella Vendita Diretta

Proprio i dati relativi al fatturato e all'occupazione trainano positivamente il comparto Integratori nella Vendita Diretta nei primi sei mesi del 2021, fotografando, rispettivamente, una crescita a doppia cifra del + 20% e +37% rispetto allo stesso periodo del 2020.

Il canale della Vendita Diretta nel settore risulta notevolmente caratterizzato da una forte presenza femminile: infatti tra gli Incaricati alle Vendite attivi in questo comparto il 70% sono donne. Il dato mette in evidenza come sia l'universo femminile, nelle vendite come nei consumi, ad avere maggiore attenzione ad uno stile di vita sano e alla ricerca del benessere.

L'aumento dei volumi di vendita nei canali tradizionali

Rispetto allo stesso periodo del 2020, tutti i canali distributivi - a eccezione della parafarmacia che vede una contenuta flessione del -2,4% - registrano un balzo in avanti nei volumi di vendita. Complessivamente il primo semestre si chiude con segno positivo (+5,3%), registrando la vendita di oltre 137 milioni di prodotti.

Il canale distributivo di riferimento continua ad essere la farmacia, che da sola rappresenta il 76,3% del valore complessivo del fatturato italiano. Alle spalle di questo, si inserisce il canale della parafarmacia - il cui valore si assesta a 170,3 milioni di euro* (+1,4%). Al terzo posto, si trova il canale online** che registra il più alto tasso di crescita rispetto all'anno precedente con un fatturato di oltre 162,2 milioni di euro* (+49,4%). A chiudere, il canale della GDO, legato ai corner e scaffali dei super e ipermercati, che registra una crescita del +12,7%.

"Il mercato degli integratori alimentari italiano chiude in positivo nel primo semestre, a dimostrazione che sempre più persone scelgono di supportare la propria salute e benessere attraverso questi prodotti" dichiara Alessandro Golinelli, Presidente di Integratori Italia. "La farmacia rimane sempre protagonista, come dimostra il fatturato di questo canale di ben oltre 1 miliardo e mezzo di euro. Quello che però sorprende sono i volumi di vendita del settore online** che, in rapida crescita, registra +43% rispetto al primo semestre 2020, superando il canale della parafarmacia in termini di unità vendute. Nonostante la pandemia abbia portato le persone ad avvicinarsi sempre di più a piattaforme digitali come gli e-commerce, il farmacista rimane per il consumatore la figura di riferimento a guidare l'acquisto di questi prodotti."*

I best seller dei canali distributivi

Come per gli anni precedenti, dal punto di vista dei volumi di vendita, probiotici, vitamine e sali minerali si confermano tra le classi di integratori più vendute dal canale farmacia, parafarmacia e online**.

In farmacia e parafarmacia, i sali minerali registrano il maggior tasso di crescita nel numero di prodotti venduti - con un incremento rispettivamente del +16,1% e il +9,4%, se paragonato allo stesso periodo dell'anno precedente. Come probabile effetto della pandemia e del conseguente periodo di stress dovuto all'isolamento forzato, molti consumatori hanno cercato negli integratori - soprattutto online** - una fonte di sollievo psico-fisico. Gli e-commerce di farmacie e parafarmacie registrano infatti un rilevante balzo a due cifre nella vendita di integratori per combattere l'insonnia e aiutare il benessere mentale (+59,2%).

Secondo i dati AVEDISCO, invece, tra le categorie di integratori più vendute troviamo: gli integratori di Omega-3, le vitamine, le bevande all'aloe e i multivitaminici; volumi di vendita importanti si registrano anche riguardo i prodotti "sostituti del pasto".

"Nel settore della Vendita Diretta le Aziende continuano a crescere, investendo nella qualità dei prodotti ma soprattutto, nella formazione degli Incaricati. Il comparto degli integratori alimentari, è molto delicato ed è ancor più necessaria un'assistenza individuale creando un rapporto basato su fiducia ascolto e consulenza personalizzata." dichiara Giovanni Paolino, Presidente di AVEDISCO e prosegue: *"La capacità di creare una relazione duratura e stretta con i nostri clienti prestando un servizio eccellente, è fondamentale per le Aziende AVEDISCO, e lo è ancor di più dopo la grave crisi sanitaria, economica e sociale di portata planetaria, dove la pandemia ha cambiato il modo in cui i consumatori fanno acquisti e per cui il valore delle relazioni è diventato determinante."*

* cifra con IVA

** il canale online è relativo solo agli e-commerce di farmacie e parafarmacie; non inclusivo perciò di vendite su altre piattaforme (es. Amazon)

