

	Italia
Data	31-12-2021
Testata	L'Integratore Nutrizionale
Titolo dell'articolo	Analisi del mercato degli integratori secondo le principali associazioni
Short Summary	Analisi del mercato integratori alimentari relativa al primo semestre 2021

L'INTEGRATORE NUTRIZIONALE

Analisi del mercato degli integratori secondo le principali associazioni

Riuniamo in questa sezione le indagini di mercato sul comparto Integratori Alimentari condotte dalle due principali associazioni di riferimento, rispettivamente Integratori Italia e Federsalus. Nonostante le differenze dovute ai periodi analizzati e alle diverse aziende partecipanti, le conclusioni concordano nell'indicare una chiusura positiva, caratterizzata da crescita del settore e resilienza, nonostante il periodo di difficoltà legato alla pandemia.

Ci auguriamo che questi segnali positivi, che suggeriscono come i consumatori non rinuncino al benessere, possano contribuire a far iniziare con ottimismo l'anno 2022.

Integratori Italia e AVEDISCO: primo semestre 2021

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, la prima associazione in Italia che rappresenta le più importanti realtà industriali e commerciali, italiane ed estere, che utilizzano la vendita diretta a domicilio per la distribuzione dei loro prodotti/servizi.

I dati di New Line (e IRI per la parte di GDO) restituiscono l'esatta fotografia del

mercato degli integratori alimentari analizzando che accanto ai tradizionali canali distributivi (farmacia, parafarmacia e Grande Distribuzione Organizzata), che hanno visto una crescita dei volumi di vendita del 5,3%, compare un canale che recentemente ha riscosso un grande successo: l'online (relativo solo agli e-commerce di farmacie e parafarmacie; non inclusivo perciò di vendite su altre piattaforme), che ha visto la crescita del 43% di unità vendute. 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 primo 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. 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: il 70% tra gli incaricati alle vendite attivi in questo comparto sono donne. Il dato mette in evidenza come sia l'universo femminile, nelle vendite come nei consumi, ad avere maggiore attenzione a uno stile di vita sano e alla ricerca del benessere.

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 a 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%.

Alessandro Golinelli, presidente di Integratori Italia, dichiara: "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. 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".

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 del +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".

Giovanni Paolino, presidente di AVEDISCO, dichiara: "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. 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".