

	Italia
Data	25-11-2021
Testata	Pharmaretail.it
Titolo dell'articolo	Integratori: vendite online di farmacie e parafarmacie in aumento del 43%, ma la farmacia fisica è sempre al primo posto
Short Summary	AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021



Integratori: vendite online di farmacie e parafarmacie in aumento del 43%, ma la farmacia fisica è sempre al primo posto



Non si arresta la crescita del mercato degli integratori alimentari anche nel primo semestre del 2021. L'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, ci restituisce una fotografia del settore sempre in forte espansione, sia nei canali distributivi "tradizionali", sia nella **Vendita Diretta**.

Dai dati di **New Line** (e **IRI** per la parte di **GDO**) emerge che, accanto ai tradizionali **canali distributivi offline** (farmacia, parafarmacia e Grande Distribuzione Organizzata), l'online (che include gli e-commerce di farmacie e parafarmacie e non

le vendite su altre piattaforme, come Amazon) è il **canale che registra il maggior tasso di crescita** nel primo semestre 2021.

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**.

Nella Vendita Diretta il 70% è donna

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**. Un dato che mette in evidenza che è proprio l'universo femminile, nelle vendite come nei consumi, ad avere maggiore attenzione a uno stile di vita sano e alla ricerca del benessere.

L'aumento dei volumi di vendita nei canali tradizionali con l'eccezione della parafarmacia

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**. Segue 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 del 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» ha commentato 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'aloè 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» ha commentato **Giovanni Paolino, Presidente di AVEDISCO**.