

	Italia
Data	25-11-2021
Testata	Rifday.it
Titolo dell'articolo	Buon vento per il mercato degli integratori, chiuso in positivo il primo semestre 2021
Short Summary	AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021

RIF
day



Buon vento per il mercato degli integratori, chiuso in positivo il primo semestre 2021

Roma, 25 novembre – Venti sempre favorevoli per gli integratori alimentari, il cui consumo registra ancora un aumento, mantenendo stabile la crescita del mercato sia nei canali distributivi tradizionali, sia nella vendita diretta. Rispetto al primo semestre dell'anno scorso, è il canale online (relativo solo agli e-commerce di farmacie e parafarmacie) a registrare il maggior tasso di crescita nel primo semestre 2021.

Questo il quadro che 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, l'Associazione vendite dirette servizio consumatori.

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.

Rispetto allo stesso periodo del 2020, tutti i canali distributivi – ad eccezione della parafarmacia, che registra una 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, con 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%. 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.