

|                      |                                                                                                                                |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | Italia                                                                                                                         |
| Data                 | 22-11-2021                                                                                                                     |
| Testata              | <b>Politicamentecorretto.com</b>                                                                                               |
| 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 enorme 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 i **sostituti pasto, gli integratori di Omega-3, le vitamine, le bevande all'aloe e infine i multivitaminici**.

*"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."*