

	Italia
Data	22-11-2019
Testata	L'integratore nutrizionale
Titolo dell'articolo	Integratori alimentari, mercato in crescita
Short Summary	Comunicato congiunto integratori Italia e AVEDISCO

L'INTEGRATORE NUTRIZIONALE

Integratori alimentari, mercato in crescita

Integratori Italia – Unione Italiana Food e AVEDISCO presentano i dati più aggiornati sul comparto

Quello degli integratori alimentari rappresenta da tempo un settore in forte crescita; anche per il biennio 2018-2019 si conferma un comparto stimolante. L'aumento dei consumi di integratori alimentari e la conseguente crescita del mercato risultano costanti, e riguardano sia i canali distributivi "tradizionali" sia la vendita diretta. Tutto questo emerge dall'analisi congiunta condotta da Integratori Italia – Unione Italiana Food, che ha elaborato i dati di New Line Ricerche di Mercato e AVEDISCO (Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori).

I dati New Line Ricerche di Mercato restituiscono la fotografia di un mercato dinamico e vivace, che comprende i canali distributivi di farmacia, parafarmacia e Grande Distribuzione Organizzata. Dal 2018 al 2019, all'interno dei punti vendita si è registrato un aumento globale superiore al 4% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, con un valore complessivo sopra i 3,2 miliardi di euro. Secondo i dati di AVEDISCO il settore integratori risulta essere in ottima salute anche sul fronte della vendita diretta, un canale importante che in Italia rappresenta un valore stimato sui 470 milioni di euro. Le Aziende AVEDISCO che distribuiscono integratori alimentari sono complessivamente 18 (su un totale di 41 aziende aderenti all'Associazione), per un totale di 200.000 incaricati, e insieme producono un fatturato di 392 milioni di euro. Questi dati evidenziano da un lato un'esigenza sempre più sentita di uno stile di vita improntato alla salute e al benessere, dall'altro un'offerta innovativa e di qualità, che insieme costituiscono il presupposto per il consolidamento di questo comparto.

Il canale distributivo di riferimento continua ad essere la farmacia, che da sola rappresenta oltre l'80% del valore complessivo dell'intero comparto in termini assoluti, e che negli ultimi sei anni ha realizzato una crescita media di quasi il 7%. Nel passaggio tra il 2018 e il 2019, la farmacia risulta essere anche il canale in cui si è registrato il tasso di crescita più alto (pari al 4,7%), con un totale di fatturato complessivo che ammonta a 2,7 miliardi di eu-

ro. Il secondo canale è rappresentato dalla parafarmacia, il cui valore si aggira attorno ai 270 milioni di euro. Il tasso di crescita più interessante è quello della GDO, legato ai corner dei super e ipermercati: se nel 2018 il totale delle vendite attraverso la grande distribuzione era aumentato quasi dell'8%, quest'anno, invece, la crescita ha subito un leggero arresto, arrivando a +3,9%. Il canale della vendita diretta nel settore degli integratori risulta fortemente caratterizzato da una forte presenza femminile: tra gli incaricati alle vendite attivi, in questo comparto il 67% sono donne. Questo dato mette in evidenza come sia l'universo femminile, nelle vendite come nei consumi, ad avere maggiore attenzione al corretto stile di vita e alla ricerca del benessere.

Come lo scorso anno, anche nel 2019 probiotici e sali minerali risultano essere le due categorie di integratori più venduti in farmacia e parafarmacia; nella GDO, invece, i sali minerali si confermano gli integratori più richiesti, cresciuti dell'8,2%, mentre i probiotici si collocano in quarta posizione. La seconda categoria più acquistata nella GDO è quella dei multivitaminici e multiminerali, che nel 2018 avevano registrato un promettente +19% e quest'anno proseguono il trend di crescita, anche se con un tasso più basso, intorno al 3,8%. Tra le categorie di integratori più venduti tramite la vendita diretta troviamo i multivitaminici, i prodotti all'Aloe e gli integratori di Omega-3.

Alessandro Golinelli, Presidente di Integratori Italia, l'associazione che in Confindustria rappresenta il settore, dichiara: "I dati fotografano lo scenario di un settore in crescita e fortemente dinamico. Per proseguire e consolidare questo trend è importante che tutto il comparto sia sempre più consapevole e responsabile del proprio ruolo, e per questo Integratori Italia è stata in questi anni in prima linea per migliorare e rafforzare la comunicazione sulla qualità e sul ruolo degli integratori, rivolgendosi non solo agli operatori del settore ma anche e soprattutto ai consumatori".

Per informazioni
Ufficio Stampa Integratori Italia -
Unione Italiana Food

OPRG - Angela Sirago - tel 02 62411987

angela.sirago@omnicomprgroup.com

Alessandra Padovan - tel 02 624119.75

alessandra.padovan@omnicomprgroup.com

Ufficio Stampa AVEDISCO - Say What?

Vanessa Di Benedetto - tel 02 31911843

v.dibenedetto@saywhat.it

Giovanni Paolino, Presidente **AVEDISCO**, sottolinea: "In questo settore, gli incaricati, oltre a promuovere i prodotti, rappresentano essi stessi il primo pubblico e consumatore informato, attento e fidelizzato. In questo comparto le nostre aziende stanno compiendo passi da gigante, investendo soprattutto nella qualità dei prodot-

ti. Tramite questo canale vi è inoltre il valore aggiunto di una consulenza personalizzata da parte dei nostri incaricati: le nostre aziende rivolgono grande attenzione alla formazione dei loro incaricati, proprio per permettere loro di soddisfare le esigenze di tutti i consumatori, al giorno d'oggi più che mai informati e consapevoli."