

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | Italia  |
| Data                 | 23-11-2021  |
| Testata              | <b>Tendenzamercati.net</b>  |
| Titolo dell'articolo | Integratori alimentari: il settore chiude in positivo il primo semestre 2021                    |
| Short Summary        | AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021 |

## Integratori Alimentari: settore chiude semestre in positivo

Le famiglie italiane non rinunciano al benessere. Positivo il primo semestre 2021 per il settore degli integratori alimentari.



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.

### 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

### 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, IVA inclusa.

Secondo i dati AVEDISCO, infatti 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 tracciano 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 attive 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 (+5,5%), registrando la vendita di oltre 157 milioni di prodotti.

Il canale distributivo di riferimento continua ad essere la farmacia, che da sola rappresenta il 75,3% 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 al comer 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 distribuitivi

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 dai canali 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'ansietà 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 a base di e i multivitaminici, volumi di vendita importanti si registrano anche riguardo i prodotti "sostituti del pasto".

\*\* Il canale online si riferisce agli e-commerce di farmacie e parafarmacie; non inclusivo perciò di vendite su altre piattaforme (es. Amazon)