

	Italia
Data	23-11-2021
Testata	<b>Socialfarma.it</b>
Titolo dell'articolo	Integratori alimentari. Cresce la vendita online ma il primo canale di riferimento rimane la farmacia
Short Summary	AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021



## Integratori alimentari. Cresce la vendita online ma il primo canale di riferimento rimane la farmacia

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 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: **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.

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 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.

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 76,0% 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.

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'aloe 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" 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."