

	Italia
Data	22-11-2021
Testata	Ilsole24ore.com
Titolo dell'articolo	Integratori alimentari: vendite in crescita e boom del canale online
Short Summary	AVEDISCO & INTEGRATORI ITALIA: Analisi del mercato integratori, relativa al primo semestre 2021

Il Sole
24 ORE

Integratori alimentari: vendite in crescita e boom del canale online

Ai due miliardi fatturato realizzato in farmacia, parafarmacia e Gdo (compresi i relativi canali online) si aggiungono gli oltre 210 milioni della vendita diretta



Il mercato degli integratori alimentari continua a crescere, sia nei canali tradizionali che, più velocemente, nella vendita diretta e nell'online.

I dati elaborati da New Line e Iri per **Integratori Italia (Unione Italiana Food)** fotografano a fine giugno un incremento del fatturato nei canali tradizionali del 7,4% rispetto allo stesso periodo 2020, per un volume d'affari di oltre **2 miliardi di euro** tra farmacie, parafarmacie, Gdo e relativi canali ecommerce (e nel perimetro non sono inclusi altri canali online, tagliando fuori ad esempio anche un big come Amazon).

Il **canale distributivo di riferimento** continua ad essere **la farmacia**, che da sola rappresenta il 76,3% del valore complessivo del fatturato italiano (1,5 miliardi circa). Il canale della parafarmacia si assesta a 170,3 milioni di euro. Al terzo posto, si trova il **canale online che però 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 corner e scaffali di super e ipermercati, che registrano una crescita del +12,7%.

Per quel che riguarda la vendita diretta, secondo i dati **Avedisco** relativi a 19 aziende associate, nel primo semestre del 2021 il settore ha generato un fatturato di **210,9 milioni di euro (+20%)**, tra l'altro «confermando la tendenza di crescita in termini di occupazione con 335.890 incaricati alla vendita», per il 70% donne.

«Come per gli anni precedenti, dal punto di vista dei volumi di vendita, **probiotici, vitamine e sali minerali** – si legge in una nota – si confermano tra le classi di integratori più vendute dal canale farmacia, parafarmacia e online. 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 si trovano gli **integratori di Omega-3, le vitamine, le bevande all'aloè e i multivitaminici**; volumi di vendita importanti si registrano anche riguardo i prodotti **“sostituti del pasto”**.

«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. Quello che però sorprende sono i volumi di vendita del **settore online che supera 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».

«Nel settore della vendita diretta le aziende continuano a crescere – dichiara **Giovanni Paolino, presidente di Avedisco** – 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».