



# Il mercato degli integratori in Italia

Nutraceuticals conference

**Maurizio Maggini**

*Sr. Manager, IQVIA*

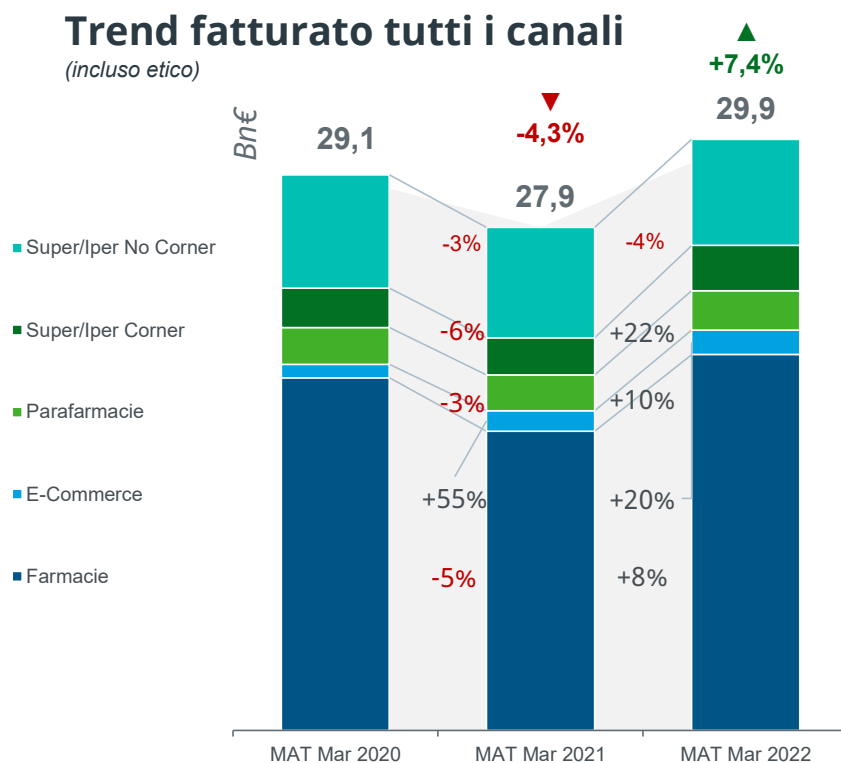
*Supplier Service*

# Contesto generale: mercato prodotti in farmacia per tutti i canali

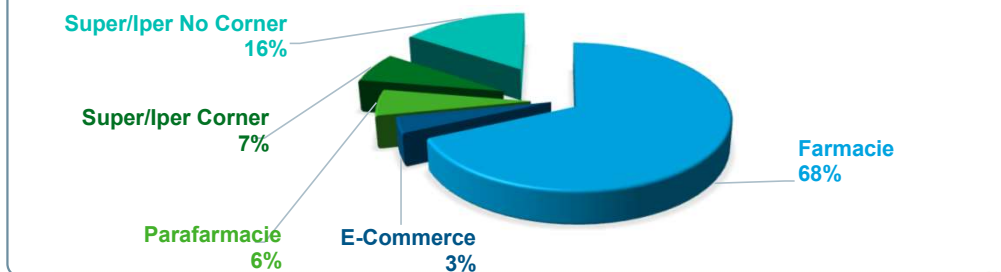
*Il peso in farmacia dei prodotti di libera vendita è significativamente superiore agli altri canali (68%)*

## Trend fatturato tutti i canali

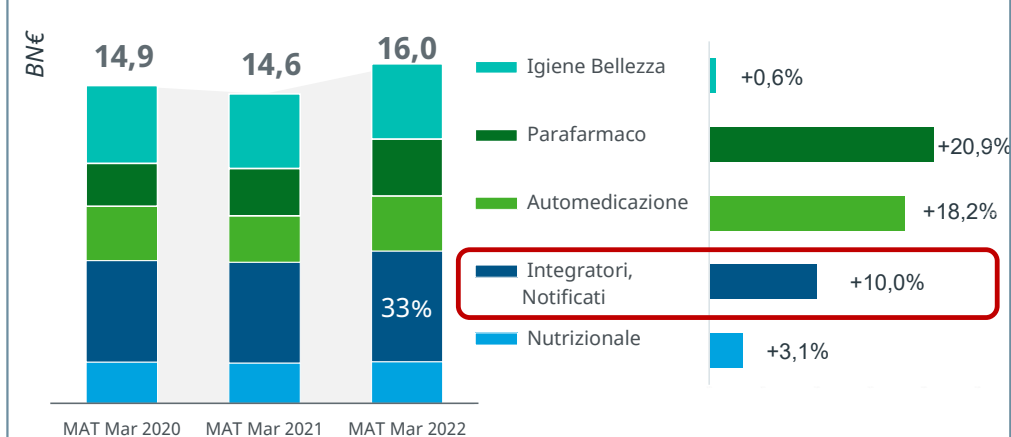
(incluso etico)



## Commerciale



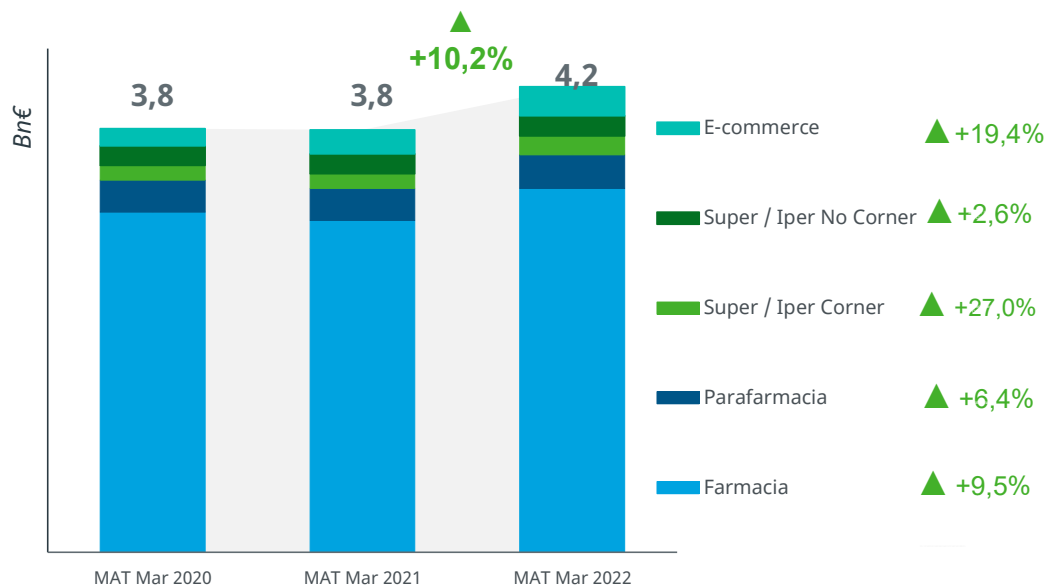
## Trend classi "commerciali"



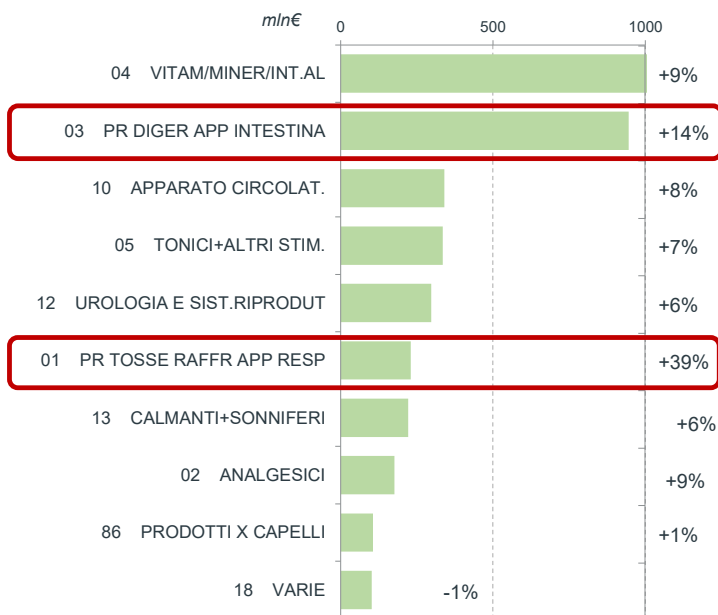
# Il comparto nutraceutico cresce in tutti i canali, per un totale +10%

La crescita di alcune classi è a doppia cifra

## Trend mercato "nutraceutico"



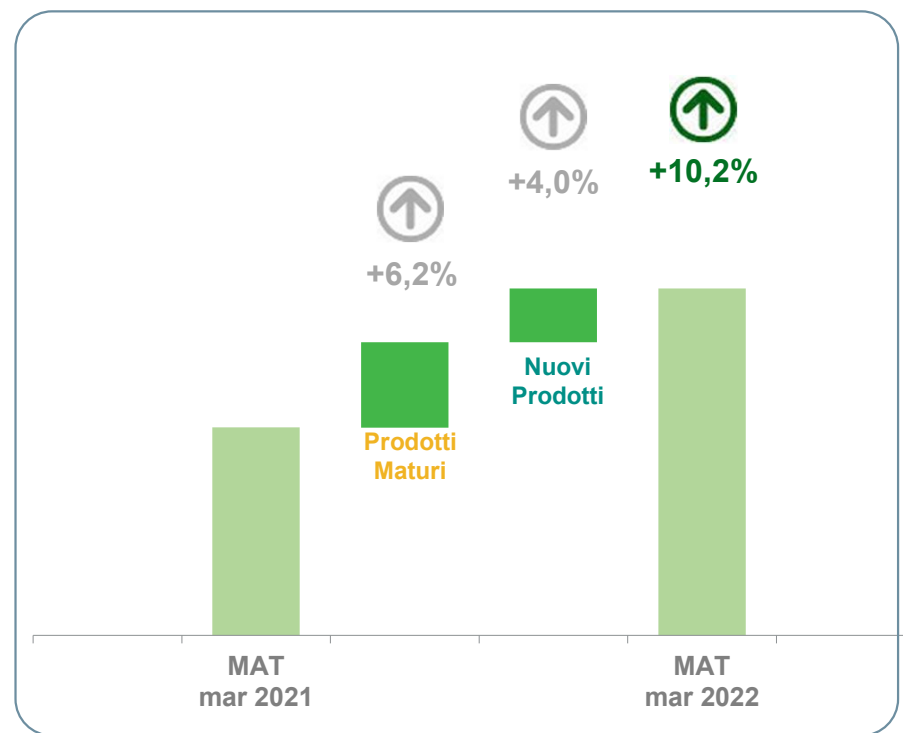
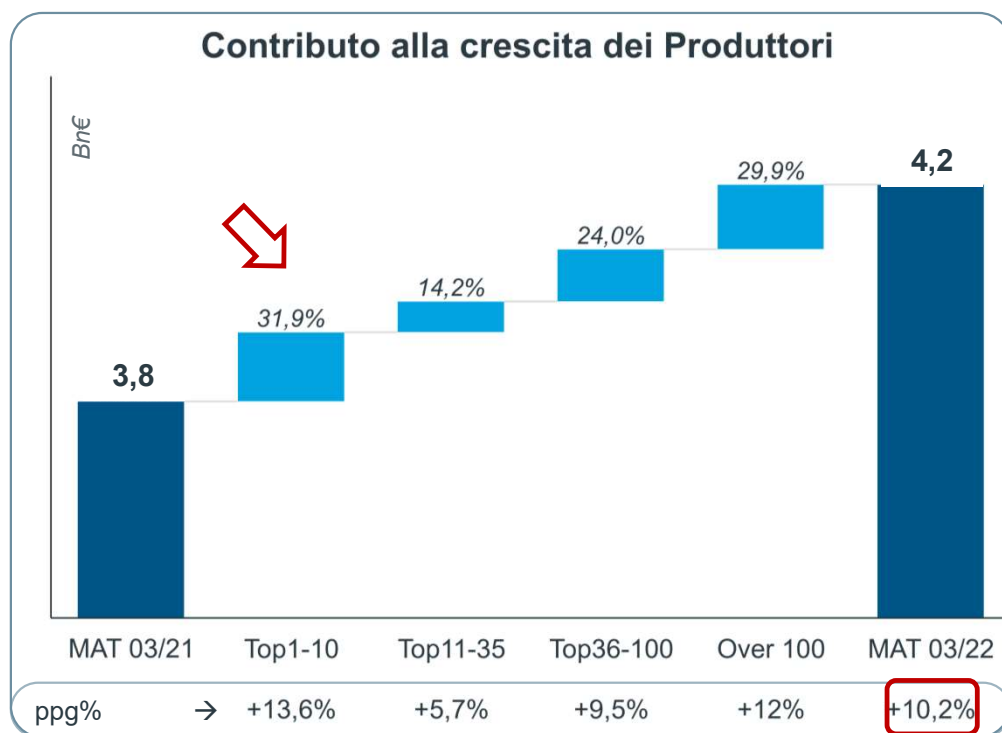
## Trend per categoria



Source: IQVIA MCH Nutraceutici MAT 03/22

# Non sono solo le Top Aziende a contribuire alla crescita

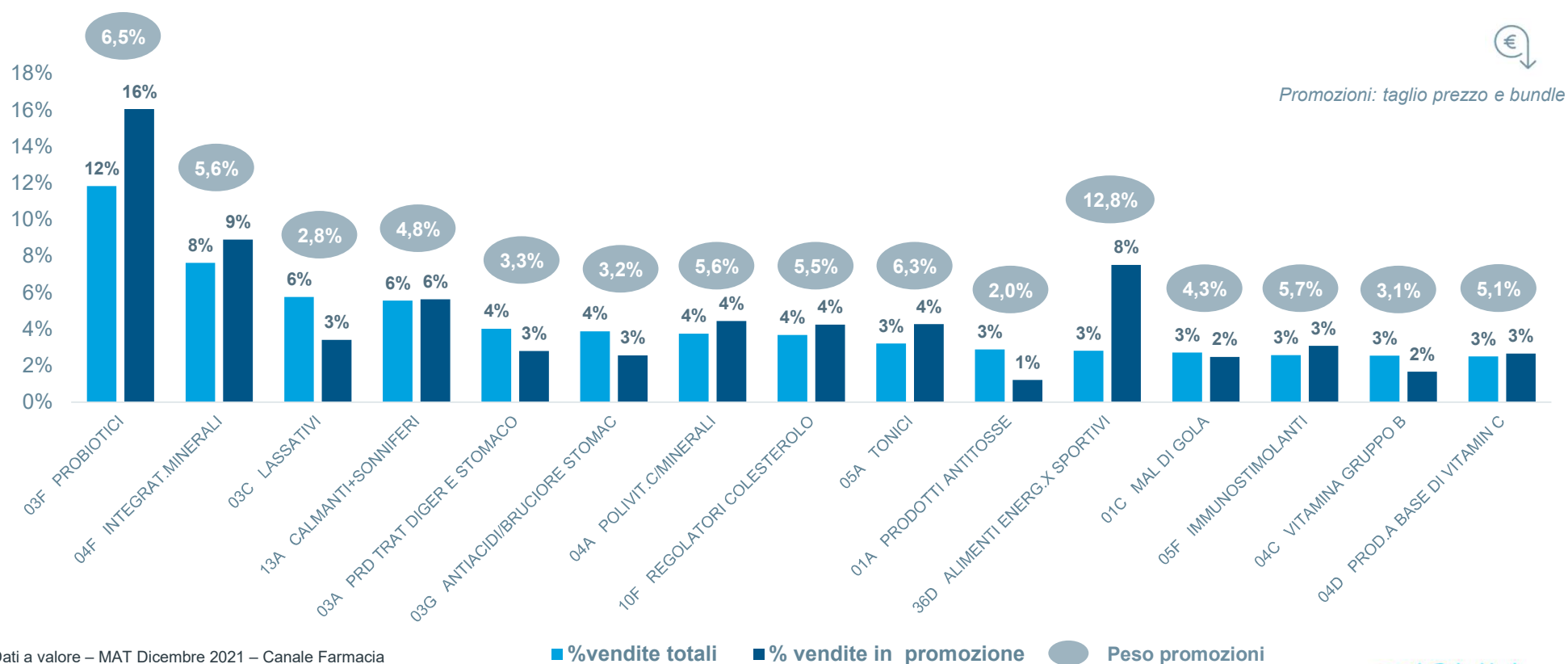
*Il contributo dell'innovazione è importante per la crescita*



Source: IQVIA MCH Nutraceutici MAT 03/22, tutti i canali

# Peso del fatturato totale e delle promozioni per le top classi

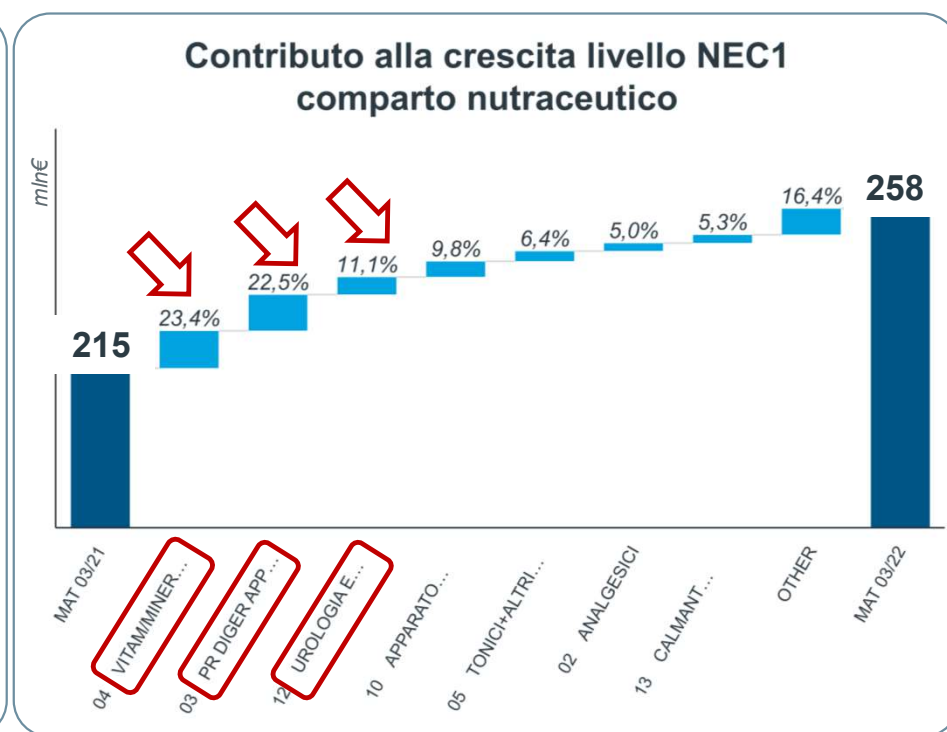
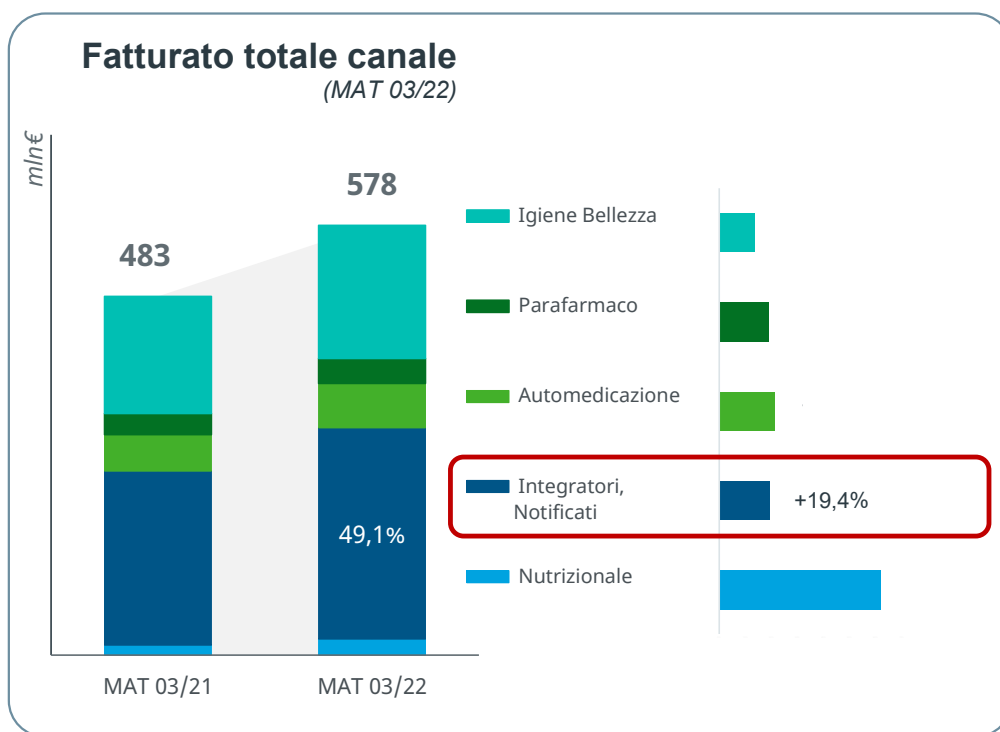
Le prime 15 classi del mercato sviluppano il 69% delle vendite a valore e in queste classi si concentra il 71% delle vendite in promozione\*, che assume un peso massimo del 12,8% negli alimenti per sportivi e con una media del 4,8%



Dati a valore – MAT Dicembre 2021 – Canale Farmacia

# Overview comparto «nutraceutico» nel canale online

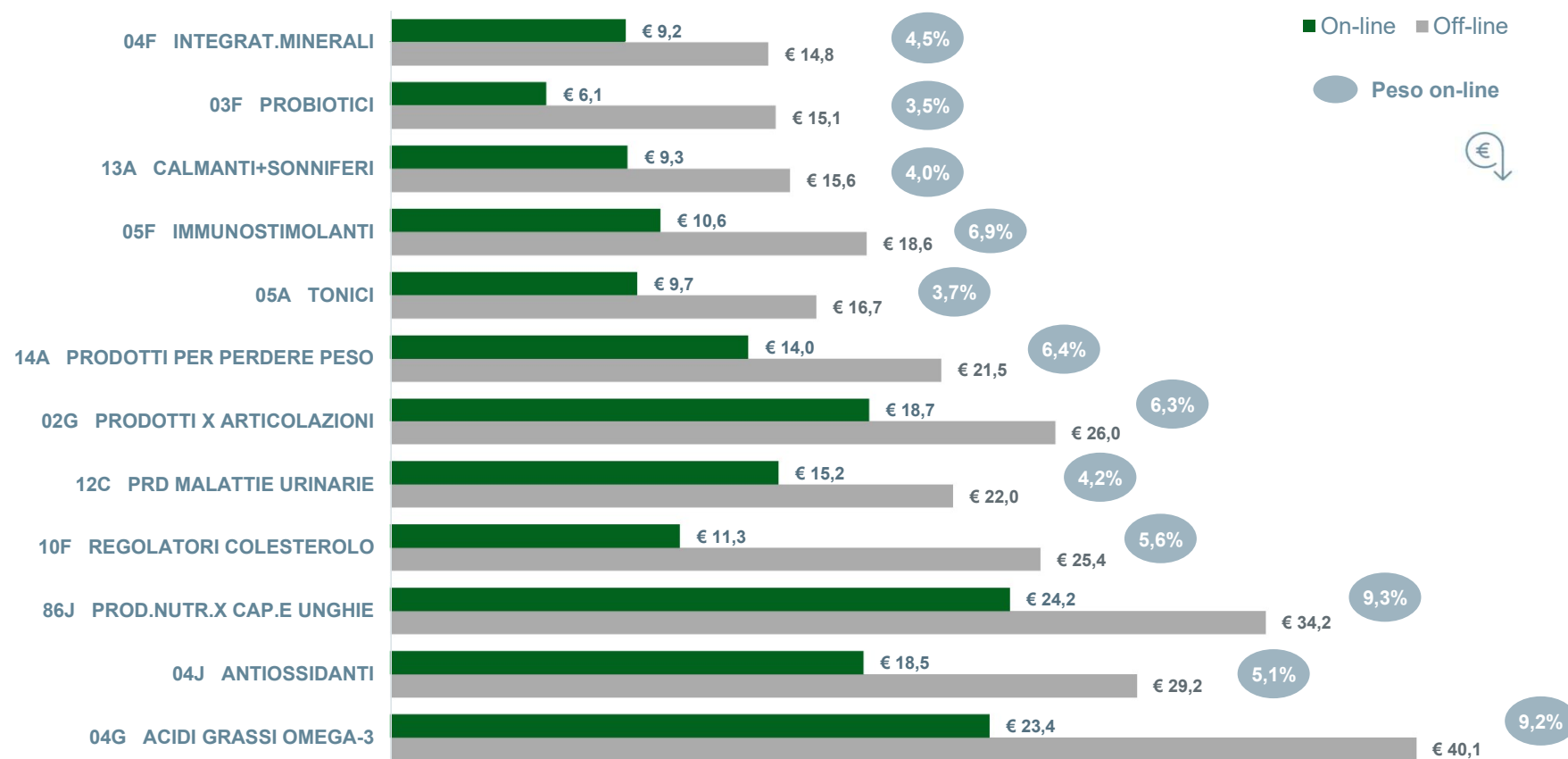
*Il nutraceutico pesa il 49% del canale e cresce del +19,4% nei dodici mesi mobili*



Source: IQVIA MCH Nutraceutici 03/22

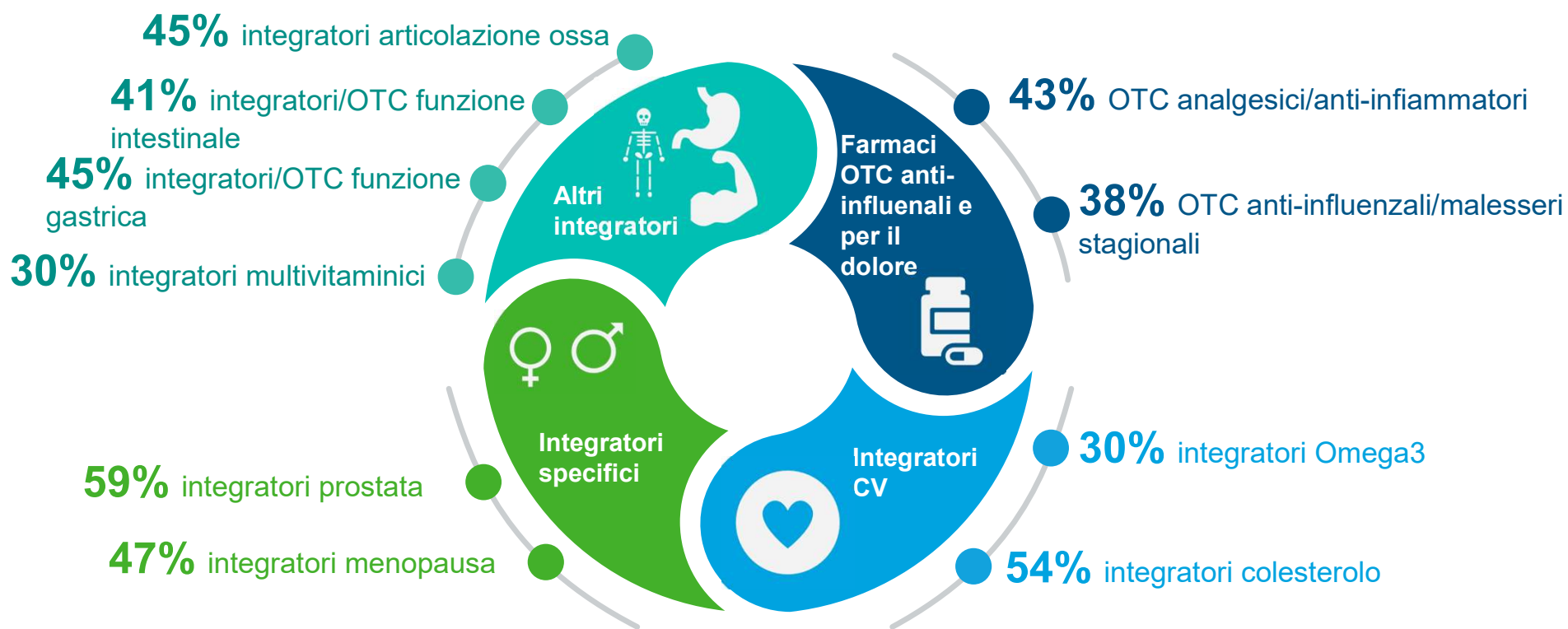
# Il prezzo medio nel canale online è mediamente più basso del 26%

Le categorie con sconti più importanti nel canale online per il mercato degli integratori, per peso della classe



Dati a valore – MAT Dicembre 2021 – Canale Farmacia

## Peso del medico di medicina generale e specialista nell'acquisto di un farmaco OTC o integratore





## L'utilizzo di integratori e principali farmaci OTC – ultimi 12 mesi



**74%** ha acquistato integratori multivitaminici  
**61%** integratori per la funzionalità gastrica -  
**59%** integratori/farmaci per la funzionalità intestinale

**86%** farmaci da banco per il dolore e **83%** antinfluenzali

**INTEGRATORI/OTC PIU' ACQUISTATI**



**1/4** dei consumatori ha acquistato **ONLINE** almeno 1 confezione delle categorie in target

**ACQUISTO ONLINE**



**Il 25-30%** degli acquisti è stato veicolato dal farmacista

**IL FARMACISTA**



Trasversalmente ai prodotti, **il canale d'acquisto di riferimento è la farmacia/parafarmacia**  
**Il canale online è molto rilevante soprattutto per gli integratori**

**CANALE OFFLINE - ONLINE**

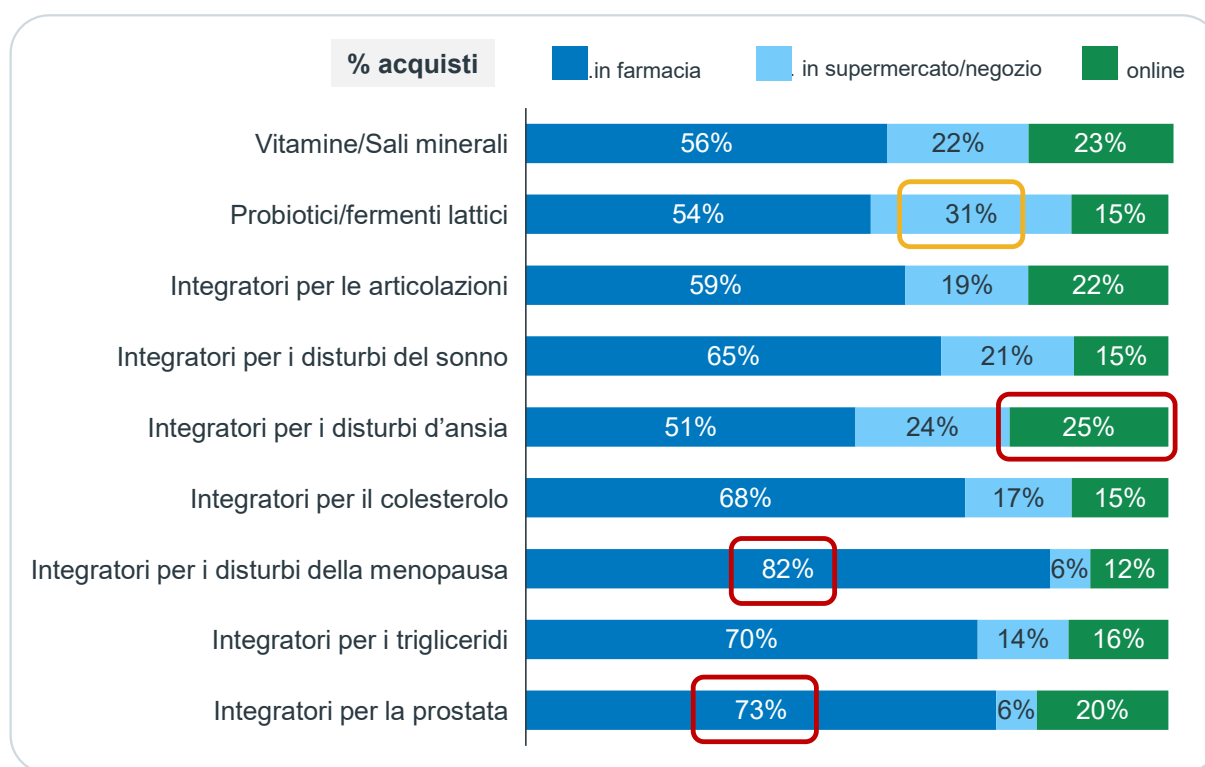


Sia per i farmaci da banco sia per gli integratori, il referral principale è il medico (MMG/specialista), in particolare per gli integratori del colesterolo e della prostata

**IL MEDICO PRINCIPALE REFERRAL**

# Fatto 100 gli acquisti di ciascun integratore in che % li acquista presso...?

Il 35% degli intervistati ha effettuato almeno un acquisto di integratori on-line



Gli integratori maggiormente acquistati **on-line** sono quelli per i **disturbi d'ansia**

Gli integratori per la **menopausa** e per la **prostata** vengono acquistati maggiormente **in farmacia**



# GRAZIE

 [IQVIA Italia](#)       [IQVIA\\_Italy](#)

*This document and the information herein contained are CONFIDENTIAL and PROPRIETARY and cannot be disclosed to third parties without IQVIA's written permission.*

*© 2021. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.*

© 2020. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.