

## Comunicato stampa

### **INTEGRATORI ALIMENTARI: CRESCE LA PASSIONE IN ITALIA, PRIMO MERCATO IN EUROPA CON 32 MLN DI CONSUMATORI E OLTRE 4,3 MLD DI EURO DI FATTURATO. BONOMELLI PUNTA SUL BEVERAGE FUNZIONALE E LANCIA GLI INTEGRATORI BOTANICI PRONTI DA BERE, PROTAGONISTI ANCHE DI UNA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE**

- Forte di oltre 100 anni di esperienza e oggi importante player del comparto delle bevande a base di erbe (camomille, tisane e infusi), il top brand della divisione Food di Gruppo Montenegro entra nel mercato degli integratori alimentari e lo fa mantenendo la sua vocazione naturale;
- Arrivano sul mercato i primi 4 integratori botanici Bonomelli (*Sleep; Digestive, Vitality e Immunity*), a base di ingredienti naturali, tascabili e pronti da bere;
- A sostegno del lancio dei prodotti una nuova campagna di comunicazione, presentata in anteprima a Milano presso l'Atelier della Natura, flagship store Bonomelli in Corso Garibaldi.

Milano, 15 giugno 2023 – Con 32 milioni di consumatori (il 65% degli over18)<sup>1</sup> e vendite a valore pari a oltre 4,3 miliardi di euro<sup>2</sup>, il settore degli integratori alimentari in Italia si conferma solido e in espansione, tanto da aver già conquistato il primato in Europa, davanti a Germania, Francia e Spagna. Corretto riposo, difese immunitarie, benessere intestinale, rimedi contro la stanchezza fisica e mentale sono alcuni dei desideri in cima ai bisogni degli italiani, ma anche i driver che guidano lo sviluppo del business di Bonomelli, da oggi tra i protagonisti di questo mercato con prodotti a base di ingredienti naturali e innovativi per il settore grazie alla loro formulazione in pratici stick pronti da bere. Forte di oltre 100 anni di esperienza e player di riferimento del comparto delle bevande a base di erbe (camomille, tisane e infusi), il brand iconico di Gruppo Montenegro lancia oggi gli **integratori botanici a marchio Bonomelli** e lo fa insieme a **nuova campagna di comunicazione** presentata in anteprima a Milano presso l'**Atelier della Natura** (il primo flagship store Bonomelli, in Corso Garibaldi 12, nato per far vivere un'esperienza unica al consumatore).

#### **INTEGRATORI ALIMENTARI CHE PASSIONE: CRESCE L'ATTENZIONE PER LA FUNZIONALITÀ**

Per gli italiani il benessere continua ad essere in cima alle priorità: più di 7 su 10 si dedicano molto alla cura della propria salute e il 46% presta grande attenzione al cibo salutare<sup>3</sup>. Non è da meno la funzionalità, che si traduce nella ricerca sempre più frequente di prodotti in grado di soddisfare specifiche esigenze. E in tal senso, spiccano gli integratori alimentari che registrano percentuali crescenti tra gli utilizzatori frequenti, passati solo negli ultimi quattro anni dal 43,3% al 47,5%<sup>4</sup>.

Bonomelli risponde a questa richiesta del mercato lanciando i suoi primi integratori botanici tascabili e pronti da bere, ideali per rispondere a esigenze specifiche in qualsiasi momento della giornata: Sleep con melatonina, tiglio, escolzia e passiflora che contribuisce al relax e sonno; Digestive con calcio, anice verde, finocchio e zenzero che favoriscono la digestione; Vitality con vitamina B6, zafferano guaranà e te matcha che sono tonici per la stanchezza fisica e mentale; Immunity con zinco, altea, echinacea e reishi che contribuiscono alle difese naturali dell'organismo.

*“Negli ultimi anni i consumatori sono sempre più attenti alla sostenibilità e al benessere. E in linea con questi nuovi bisogni gli Integratori Botanici Bonomelli – spiega **Fausta Fiumi, Marketing & New Business Director Food di Gruppo Montenegro**— rappresentano una proposta innovativa che unisce funzionalità, naturalità e praticità. Sono infatti a base di ingredienti botanici, ma in formato liquido e in pratici stick da consumare senza necessità d'acqua. Una soluzione innovativa per il mercato e in grado di conciliare l'uso degli integratori con la frenetica vita contemporanea. La sfida di Bonomelli con il lancio di questi nuovi prodotti era doppia: entrare in un mercato nuovo andando oltre il tradizionale segmento delle bevande a base di erbe (camomilla,*

<sup>1</sup> Fonte: FederSalus, 2022

<sup>2</sup> Fonte: Nielsen Market Track, Vendite a Valore AT 21.05.2023, Totale canali

<sup>3</sup> GfK Feeling Food 2023

<sup>4</sup> GfK Feeling Food 2023



*tisane e infusi) e rimanere fedeli alla vocazione del marchio, vale a dire essere un punto di riferimento nell'ambito del beverage funzionale e del benessere naturale. E ora possiamo dire di esserci riusciti, offrendo al consumatore un prodotto unico e innovativo".*

### **BONOMELLI TOP PLAYER NEL MERCATO DELLE BEVANDE A BASE DI ERBE (CAMOMILLE, TISANE, INFUSI), CHE OGGI VALE OLTRE 208 MILIONI DI EURO**

L'esperienza e le competenze sviluppate da Bonomelli in oltre cento anni di storia attualmente si traducono in un'ampia gamma di prodotti composta da oltre 30 referenze - tra camomille, infusi e tisane (sia a caldo sia a freddo) – a cui si aggiungono ora i 4 nuovi Integratori Botanici. Un portafoglio che posiziona Bonomelli tra i top player del settore bevande a base di erbe, con il 15,7% delle quote valore e il 13% di quelle a volume<sup>5</sup> dell'intero mercato, oggi arrivato a superare i 208 milioni di euro di vendite (+3,3% rispetto all'anno precedente)<sup>6</sup>. In particolare, Bonomelli sviluppa circa un quarto dei volumi di mercato nella camomilla (25,7% in filtri e 26,8% solubile), coprendo una quota valore del 43,7% nel segmento delle camomille in filtri e del 25% in quelle solubili<sup>7</sup>.

### **LA NUOVA CAMPAGNA A SOSTEGNO DEGLI INTEGRATORI BONOMELLI**

*"Nuovi Integratori Botanici Bonomelli. Il tuo benessere naturale, pronto da bere":* è questo il claim che accompagna la nuova campagna di lancio degli integratori Bonomelli, firmata da Nadler Larimer e Martinelli. Al via dal 19 giugno, si articolerà in formati da 20" e 15" per la tv e da 10" per il web. Si parte con la comunicazione digital e social e con il coinvolgimento di influencer che promuoveranno l'utilizzo degli Integratori Botanici Bonomelli in più momenti di consumo, all'interno di uno stile di vita attivo e attento alla naturalità dei prodotti consumati. Dall'autunno, poi, la campagna sarà anche on air sulle principali reti televisive. Il lancio sarà inoltre supportato da numerose azioni di sampling nei punti di vendita e nelle gallerie dei centri commerciali, operazioni di omaggio in numerose catene alberghiere e a bordo dei treni alta velocità, attività di field nei principali parchi di Milano, Torino e Bologna per fare provare al consumatore l'efficacia e la praticità del nuovo prodotto Bonomelli.

#### **Ufficio stampa Gruppo Montenegro - INC Istituto Nazionale per la Comunicazione**

Viviana Laudani 345 5637681; [v.laudani@inc-comunicazione.it](mailto:v.laudani@inc-comunicazione.it)

Mariarosaria Di Cicco 340 2302008; [m.dicicco@inc-comunicazione.it](mailto:m.dicicco@inc-comunicazione.it)

Claudia Cantonetti 348 6347632; [c.cantonetti@inc-comunicazione.it](mailto:c.cantonetti@inc-comunicazione.it)

#### **Bonomelli**

È il 1908 quando Luigi Amedeo Bonomelli, animato da passione e competenza nel mondo delle piante officinali, fonda a Milano la sua farmacia erboristica. Inizia così un'avventura imprenditoriale che da sempre si caratterizza per la costante ricerca della perfetta sintesi di gusto e benessere. Bonomelli si contraddistingue ancora oggi per la valorizzazione delle eccellenze locali, l'estrema cura del processo di selezione e per il trattamento e la conservazione naturale delle materie prime. Grazie al primo centro italiano per lo studio sperimentale, la coltivazione e l'essiccazione della camomilla, sorto a Foggia nel 1939, Bonomelli presidia la filiera produttiva 'dal campo alla tazza'. Da sempre la qualità Bonomelli accompagna le buone abitudini degli italiani, grazie ad una gamma completa di prodotti: le camomille, tra cui Filtrofiore, la camomilla con tutte le parti del fiore, le tisane e gli infusi. Oggi come allora ogni bustina Bonomelli contiene la stessa passione e competenza di un "saper fare" che si rinnova da più di cent'anni per offrire tutto il piacere della natura. Scopri di più su: [www.bonomelli.it](http://www.bonomelli.it)

<sup>5</sup> Fonte: Nielsen Market Track, totale Italia AT 21.05.2023

<sup>6</sup> Fonte: Nielsen Market Track, Vendite a Valore AT 21.05.2023

<sup>7</sup> Fonte: Nielsen Market Track, totale Italia AT 21.05.2023