

IL MERCATO ITALIANO DEGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

Nell'ultimo anno i risultati realizzati dal mercato italiano degli integratori alimentari sono positivi e caratterizzati da un incremento del valore delle vendite del 6,5% e da una variazione positiva dei consumi del 5,1% nei canali farmacia e GDO. Il valore di mercato si attesta a 2,8 miliardi di euro per un totale di 198 milioni di confezioni vendute¹, mantenendo una posizione di primato nel mercato europeo che complessivamente vale circa 13 miliardi di euro².

Le dinamiche di mercato riflettono una struttura produttiva dinamica e in salute ed evidenziano il ruolo dell'integratore come presidio per il mantenimento e la promozione della salute del consumatore.

32 milioni di italiani, il 65% della popolazione adulta, hanno utilizzato un integratore nell'ultimo anno in una logica di benessere e mantenimento dello stato di salute.

Sono stabili le scelte del consumatore in termini di canali: la farmacia mantiene una quota dei consumi pari all'84% che in termini di valore generato raggiunge il 92%. Figure fondamentali di consiglio si confermano il medico e il farmacista: il 35% dei consumatori viene consigliato dal medico, il 35% riceve un consiglio in farmacia³.

In farmacia si distinguono, per valore generato, gli integratori alimentari riguardanti le aree: vitamine e minerali, benessere intestinale, benessere cardiovascolare, benessere delle vie respiratorie e difese naturali, riposo e benessere mentale, urogenitale, metabolismo, depurazione e controllo peso, digestione e salute muscolo- scheletrica.

Dal punto di vista delle dinamiche di settore, le aziende associate a FederSalus, che coprono tutta la filiera di produzione degli integratori dalle materie prime alla trasformazione in prodotto finito e commercializzazione di prodotti a marchio, hanno dichiarato nell'ultimo anno un incremento degli investimenti in: innovazioni di prodotto (per il 68,9% dei rispondenti), marketing e comunicazione (per il 62% dei rispondenti), impianti e nuovi macchinari (per il 55,6% dei rispondenti), formazione del personale (per il 52,6% dei rispondenti), innovazioni di processo (per il 46,7% dei rispondenti).

Il settore si contraddistingue anche per una decisa proiezione verso i mercati esteri: il 70% delle aziende associate ha un fatturato proveniente da export e altre attività all'estero. Le aziende che esportano hanno evidenziato una performance migliore nel mercato interno: il fatturato è aumentato per il 68,7% delle aziende esportatrici a fronte del 62% dichiarato dal totale rispondenti⁴.

¹ Fonte: dati New Line Ricerche di Mercato e IRI, canali farmacia e GDO (MAT Aprile 2017).

² Silano, V., Fiorani, M., (2016), Integratori alimentari nell'Unione Europea. Normativa comunitaria e normative nazionali, aspetti scientifici della valutazione della sicurezza e dell'efficacia e struttura dei mercati nell'UE, Tecniche Nuove, Milano, capitolo 6.

³ Fonte: GfK Food Supplements Monitor per FederSalus 2017.

⁴ Indagine di settore 2016 – Centro Studi FederSalus.

FEDERSALUS

Associazione Nazionale Produttori e Distributori Prodotti Salutistici

Via Brenta 2/A – 00198 Roma

Tel. 0654221967 | Fax 0654283278 - P. IVA 05768401001

federsalus@federsalus.it | federsalus@pec.federsalus.it - www.federsalus.it