

COMUNICATO STAMPA

Integratori alimentari 2.0: la collaborazione tra farmacia e aziende per una strategia social efficace

Nell'ambito di Cosmofarma quest'anno FederSalus ha dato ampio spazio ai temi del digitale, ospitando workshop di alto valore che hanno permesso di fare luce sull'affascinante mondo dei social network, una leva importante per il farmacista e per le aziende per avvicinarsi ad un consumatore sempre più "digital user".

Milano, 10 maggio 2017 – Non solo farmaceutiche, mediche, relazionali, manageriali e commerciali: le competenze del farmacista devono aprirsi sempre di più al digital marketing e alla comunicazione. La presenza digitale consente alla farmacia di moltiplicare le occasioni di visibilità, con l'obiettivo di offrire una corretta informazione e maggiori servizi al consumatore, che sempre di più si informa sul web.

Secondo la ricerca di GfK per FederSalus "La salute, il benessere, il ruolo degli integratori", infatti, il 48% dei consumatori italiani cercano online le informazioni sulla salute. Oltre a quelle che riguardano i problemi di salute, si trovano anche i corretti stili di vita da assumere (59%) e gli integratori alimentari (35%). Un dato che mostra come i consumatori siano oggi molto informati sui temi della salute e partecipino in prima persona al proprio percorso di benessere interloquendo in maniera consapevole con i professionisti della salute.

Questo dato viene rispecchiato nel numero di farmacie sempre crescente che utilizzano i social network, e in particolare Facebook, con l'obiettivo di essere presenti dove il paziente si informa e ascoltarlo nelle sue richieste. Un'interessante indagine condotta da Media For Health su un campione di 1.027 farmacie del centro Italia (Marche, Emilia Romagna, Umbria e Toscana) ha rilevato che il 42% di queste ha una pagina Facebook con livelli di engagement molto elevati. La presenza social della farmacia copre il 22% degli abitanti e i tassi di crescita registrati fanno prevedere una copertura totale in 24 mesi. Secondo Media For Health, le linee guida per una comunicazione social efficace sono: **attenzione alla struttura del piano editoriale**, implementando informazioni di servizio, educative, promuovendo offerte e prodotti; **investimenti in pubblicità**; **collaborazione con le aziende** per il supporto nella preparazione dei contenuti. Un'informazione di grande interesse per le aziende del settore dell'integrazione alimentare, che in farmacia rappresenta una delle aree con il più elevato tasso di crescita.

E' importante sottolineare che dal punto di vista della comunicazione aziendale, le norme sulla presentazione e pubblicità degli integratori alimentari nei confronti dei consumatori possono trovare applicazione anche alla comunicazione commerciale verso gli operatori sanitari, i farmacisti e i medici. E' quanto rilevano l'Avv. Paola La Licata di LSCube e la Dr.ssa Marina Catalozzi dell'AGCM: per garantire una leale e trasparente comunicazione al consumatore ed assicurare un elevato livello di tutela della salute, anche la comunicazione destinata ad un operatore sanitario contenente *claim* rientra nella definizione di "comunicazione commerciale" in

FEDERSALUS

Associazione Nazionale Produttori e Distributori di 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

quanto diretta a far sì che gli stessi raccomandino ai pazienti l'acquisto o il consumo del prodotto oggetto della comunicazione. E quindi attenzione a elaborare strategie di comunicazione che non siano ingannevoli, ambigue, fuorvianti o incomplete, che non utilizzino *claim* fisiologici salutistici rigettati o *claim* nutrizionali diversi da quelli approvati dall'EFSA o che siano prive di fondamento ed evidenze scientifiche.

La complessità del quadro regolatorio e la mancata armonizzazione delle regole ha spinto FederSalus a realizzare entro l'anno una Linea guida che orienti le aziende verso le corrette pratiche di comunicazione commerciale e la gestione degli informatori scientifici, avvalendosi del contributo dei propri associati attraverso la costituzione di un Gruppo di Studio dedicato.

La farmacia resta il primo canale di acquisto degli integratori alimentari, NewLine registra che il mercato totale degli integratori sviluppa nell'ultimo anno un valore di quasi 2,8 miliardi di euro che si traduce in circa 198 milioni di confezioni vendute. Il trend a valore si conferma positivo registrando un incremento del +7,4% rispetto all'anno mobile terminante a marzo 2016. Tale trend positivo è sempre guidato dal canale farmacia dove gli acquisti si concentrano con una quota del 92,3%.

Chi è FederSalus

FederSalus, Associazione Nazionale Produttori e Distributori di Prodotti salutistici è l'Associazione italiana rappresentativa del settore degli integratori alimentari. Fondata nel 1999, attualmente conta oltre 180 aziende associate. Attraverso la collaborazione con strutture di ricerca ed istituzioni nazionali ed europee, l'associazione si propone di sostenere le istanze del comparto e, al contempo, tutelare la salute del consumatore promuovendo la corretta informazione sui prodotti salutistici e la loro qualità e sicurezza. Per approfondimenti è disponibile il sito www.federsalus.it

Per ulteriori informazioni:

Manuela Lisi

Tel: 06 54221967 – Mob: 388 8974413 m.lisi@federsalus.it

Ufficio stampa FederSalus

Elisa Accurso

Tel: 0257378268 – Mob: 335 7434776 eaccurso@webershandwick.com

Ilaria Durante

Tel: 06 84043494 – idurante@webershandwick.com

FEDERSALUS

Associazione Nazionale Produttori e Distributori di 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