



C E N S I S

**Rapporto Censis
sul valore sociale dell'integratore
alimentare**

Roma, 20 giugno 2019

Indice

1. Il valore sociale e i suoi fondamenti	3
1.1 Le ragioni reali del successo	3
2. I principali risultati	5
2.1. I numeri del successo economico	5
2.2. L'utilizzo	5
2.3. Medici, poi farmacisti: chi consiglia	6
2.4. I positivi effetti sulla salute	7
2.5. La persistenza di <i>misleading</i>	8
3. L'ascesa potente	9
3.1. <i>Dagli anni Ottanta alla crisi: le prime tappe della lunga corsa verso l'auto-responsabilizzazione consapevole per la salute</i>	9
3.2. Il post-crisi e il decollo degli integratori alimentari	10
3.3. Un valore sociale destinato a crescere	12
3.4. Il <i>boom</i>	13
4. Gli integratori alimentari nelle abitudini degli italiani	15
4.1. <i>Il profilo degli utilizzatori</i>	15
4.2. Gli abituali	17
5. Il decisivo ruolo dei medici	19
5.1. Scelta consapevole, altro che consumismo	19
5.2. La consulenza medica per l'appropriatezza	19
6. La positiva valutazione per l'impatto sulla salute	22
6.1. <i>Fanno bene e di certo non fanno alcun male</i>	22
6.2. L'utilizzo per la tutela della buona salute	24
7. Le conseguenze dei <i>misleading</i>	25
7.1. Vittime di <i>fake news</i>	25
7.2. I rischi dei <i>misleading</i>	25
7.3. Ma superarli si può	26
8. Per un utilizzo sempre più' consapevole	28

1. IL VALORE SOCIALE E I SUOI FONDAMENTI

1.1 Le ragioni reali del successo

Il valore del consumo di integratori alimentari nel periodo 2008-2018 è aumentato del +126% in termini reali: da 1,3 miliardi di euro a 3,3 miliardi. Quali le ragioni di un così vistoso successo?

Ecco la domanda chiave, la cui risposta consente di capire sia la funzione a cui oggi gli integratori alimentari assolvono sia il valore sociale ed economico complessivo che generano.

Infatti, incastonando l'analisi puntuale dei dati di settore nelle motivazioni soggettive nei meccanismi decisionali dei consumatori e nella evoluzione di lunga deriva di stili di vita e modelli di consumo, si decriptano le ragioni reali del crescente utilizzo di integratori alimentari da parte degli italiani, svelando falsi miti e *fake news* che ne minacciano la *social reputation*.

Lo sviluppo del consumo di integratori alimentari è un processo di lunga deriva: non è casuale che si è intensificato dopo la crisi del 2008 perché ha uno stretto legame sia con il modello di consumo che si è andato imponendo improntato a sobrietà e rigorosa selezione delle voci di spesa nei budget familiari, sia con la più alta attenzione e responsabilità individuale nella tutela della salute.

Gli integratori alimentari non sono farmaci e, al contempo, non sono alimenti, ma sono protagonisti significativi e riconosciuti della propensione degli italiani a gestire la propria salute già in fase di prevenzione assumendo, in linea con le indicazioni mediche, comportamenti di utilizzo consapevoli.

Ecco dove si annida la sostanza vera dell'attuale successo degli integratori alimentari:

- sono considerati dai medici che li consigliano e dai cittadini che li assumono funzionali a preservare e potenziare la buona salute;
- nel rigoroso scrutinio delle spese e relativo taglio di beni e servizi considerati in eccesso, voluttuari o comunque secondari, sono stati inseriti tra i prodotti che val la pena acquistare. Ecco l'indicatore più solido del loro valore soggettivo reale, che spiega perché in tempi di

budget stretti gli italiani spendono, confortati dai medici, per gli integratori alimentari.

Di tutto ciò rende ragione il presente Rapporto in cui sono approfonditi i seguenti aspetti:

- il decollo dell'industria degli integratori alimentari, certificato dai dati di settore che ne rivelano la crescita costante che lo rende un settore vitale dal punto di vista dell'occupazione, dei consumi, del fatturato, delle esportazioni;
- quante persone e con quale frequenza assumono integratori alimentari, dati decisivi per decriptare comportamenti e abitudini di consumo;
- il decisivo ruolo dei depositari del sapere esperto, dai medici ai farmacisti, nel consigliare il consumo degli integratori alimentari e promuoverne un utilizzo consapevole;
- la positiva valutazione, da parte delle persone che li utilizzano, degli esiti sul proprio organismo del ricorso a integratori alimentari: esito di un uso consapevole perché mediato dal consiglio medico o comunque esperto del farmacista, che massimizza i benefici e riduce gli effetti indesiderati;
- la persistenza di *misleading* nell'arena pubblica, reiterati da media, opinion leader, che ostacolano il compiuto riconoscimento del valore sociale degli integratori alimentari.

2. I PRINCIPALI RISULTATI

2.1. I numeri del successo economico

Il confronto tra dati di settore e dati relativi al totale economia fanno ben comprendere l'intensità della crescita degli integratori alimentari:

- +126% la crescita in valore dei consumi di integratori alimentari nel 2008-2018, mentre il totale economia nello stesso periodo segna -0,8% dei consumi;
- 3,3 miliardi il valore del mercato degli integratori alimentari che colloca l'Italia al primo posto nella Ue con una quota di mercato del 23%, precedendo Germania (13%), Francia (9%), Regno Unito (8%);
- +43,9% la crescita degli occupati nel settore nel 2014-2017, mentre il totale economia segna +5,3%;
- +48,5% la crescita delle esportazioni nel 2014-2017, +12% nello stesso periodo nel totale economia.

Se l'economia italiana stenta a ripartire, il settore degli integratori alimentari decolla, e corre veloce in direzione di un ancora più forte sviluppo.

E' questo il segnale che proviene dai dati di settore: a differenza dell'intera economia o della maggior parte di altri settori che ancora oggi stentano a muovere verso l'alto per effetto delle drastiche cadute subite con la crisi economica, quello degli integratori alimentari si rivela chiaramente un *outlier* capace di performance economiche positive.

2.2. L'utilizzo

Quanti italiani consumano gli integratori alimentari e con quale frequenza?
Dai dati emerge che:

- 32 milioni di italiani consumano integratori alimentari, quali sali minerali, vitamine, magnesio, potassio ecc. Fatto 100 il totale degli utilizzatori, il 62,8% ha 35-64enni, il 60,5% è donna;
- 18,7 milioni sono utilizzatori *abituali*, di cui 10,1 milioni tutti i giorni, 8,6 milioni qualche volta alla settimana, 4,3 milioni sono utilizzatori *sporadici* (qualche volta al mese), 5 milioni sono

occasionali (3 o 4 volte in un anno), 1 milione li consumano *raramente* (una volta all'anno), 3 milioni *saltuariamente* (quando capita). Tanti sono quindi gli italiani che fanno un uso *abituale* degli integratori.

I dati certificano un consumo di massa trasversale ai gruppi sociali e ai territori che segnala la capacità di entrare in livelli reddituali, set di bisogni e modelli di consumo diversificati che evidentemente hanno un *fil rouge* comune rintracciabile nella voglia di fare prevenzione per la tutela della salute: numeri, connotati e frequenze di utilizzo dei consumatori certificano l'ingresso degli integratori nel *mainstream* della quotidianità degli italiani.

2.3. Medici, poi farmacisti: chi consiglia

La connessione tra integratori alimentari e tutela della salute è sorretta da solide evidenze quantitative perché:

- nel 2018 sono 26 milioni le prescrizioni mediche di integratori alimentari (erano 20,3 milioni nel 2016), il 95% del mercato si sviluppa in farmacia (86%) e parafarmacia (9%), il restante 5% nella grande distribuzione organizzata (GDO);
- il 57,3% degli italiani ha ricevuto il consiglio di utilizzare integratori alimentari: più consigliati sono stati giovani (61,8%), laureati (63,5%) e donne (66,5%);
- tra chi è stato consigliato, l'82,4% da un medico (Mmg o specialista) o un farmacista, il restante 17,6% da canali diversi quali familiari, amici, web, tv o riviste.

Medico, e poi farmacista, sono i principali canali informativi degli italiani e giocano un ruolo essenziale nella scelta di utilizzare gli integratori alimentari: sono dati che certificano l'appropriatezza, contrastando le tesi che vorrebbero relegarli a mera espressione di consumismo sanitario inappropriato perché esito di scelte avventate e non sorrette dal sapere esperto.

2.4. I positivi effetti sulla salute

Il ruolo di medici e farmacisti è il garante primo dell'appropriatezza, ma in relazione agli esiti dell'utilizzo degli integratori alimentari è utile anche il punto di vista dei cittadini che li assumono.

Infatti, richiesti di dare una valutazione sugli effetti degli integratori assunti sul proprio organismo è emerso che il 74% degli italiani (80% tra i laureati) ne valuta positivamente le conseguenze, il 24,3% li valuta né positivamente né negativamente e un residuale 1,7% negativamente.

Per gli italiani che li hanno assunti, gli integratori fanno bene e, di certo, non hanno fatto alcun male: è un giudizio trasversale a gruppi sociali e territori di residenza dei consumatori.

Emerge consapevolezza circa i benefici e l'importanza di utilizzo degli integratori alimentari come strumento di prevenzione primaria anche tra chi gode di un ottimo o buono stato di salute perché li utilizzano il 58,1%, di cui il 61,8% ne fa un uso *abituale* ed è il 77,1% che ne valuta positivamente le conseguenze avute rispetto agli obiettivi iniziali. E tra chi è stato consigliato di assumere integratori alimentari, l'80,6% di chi ha un ottimo o buono stato di salute è stato consigliato da uno tra medico di medicina generale, medico specialista, farmacista. Sono tracce di comportamenti responsabili e quotidiani di tutela e mantenimento della buona salute che vanno radicandosi anche in chi ne ha già una ottima o buona.

In tale quadro, la presenza di medici o farmacisti nella fase della decisione di consumo è probabilmente la migliore garanzia che i prodotti assunti siano funzionali agli obiettivi prescritti, di cui i cittadini ne sono consapevoli.

In tempi di paure incontrollate, tenendo conto delle *fake news* che avvolgono almeno alcuni dei prodotti del settore, sono dati di grande valore.

2.5. La persistenza di *misleading*

Il web e i social hanno amplificato e reso più pericoloso il fluire di falsi miti e *fake news* che colpiscono interi settori e/o singoli prodotti, perché hanno reso ancora meno controllabili il diffondersi di tali flussi.

Anche gli integratori alimentari sono stati colpiti da *misleading*: se la collettività tuttavia ne sembra meno esposta, come rivela il crescente utilizzo di integratori alimentari e la positiva valutazione che ne danno, *fake news* e *misleading* trovano maggiore presa sui media, *opinion leader*, talvolta rappresentanti delle istituzioni, che alimentano il rumore e voci incontrollate su identità, valenza funzionale, caratteristiche che impediscono di coglierne il reale valore sociale.

Ecco che promuovere una comunicazione professionale efficace, verso chi oggi è vittima di *misleading* e *fake news* per definire chiaramente identità dell'integratore alimentare e sua valenza funzionale, è centrale per superare visioni ed erronee contrapposizioni con altri prodotti.

3. L'ASCESA POTENTE

3.1. *Dagli anni Ottanta alla crisi: le prime tappe della lunga corsa verso l'auto-responsabilizzazione consapevole per la salute*

Il crescente utilizzo di integratori alimentari richiama una evoluzione più profonda e di lungo periodo degli stili di vita degli italiani che si riassume in una crescente attenzione alla propria salute ed un connesso più alto impegno soggettivo ad assumere comportamenti consapevoli di prevenzione primaria e di potenziamento della salute.

E' una lunga deriva di responsabilizzazione soggettiva che, in concreto, significa che le persone dedicano tempo a reperire informazioni e conoscenze per capire i comportamenti da adottare nel quotidiano che sono più funzionali allo stare bene ed a prevenire patologie.

Un percorso di *empowerment* le cui radici risalgono almeno agli anni Ottanta quando nella cultura sociale collettiva inizia a diffondersi l'idea che vi siano scelte e comportamenti che le persone possono fare per la tutela della propria salute, sia pure sempre in relazione con medici o farmacisti.

Un *fil rouge* che spiega come cambia il rapporto con la salute nel tempo in linea con il più generale sviluppo della società italiana. L'auto-responsabilizzazione soggettiva della salute è fatta di più cose e in particolare di:

- ricerca e selezione di informazioni e conoscenze su determinanti della salute, patologie, diagnosi e terapie da fonti diverse;
- elaborazione di una propria visione, a cominciare dalla prevenzione, da verificare e far validare da medico o farmacista;
- impiego di proprie risorse nell'acquisto di un paniere di beni e servizi in linea con le abitudini quotidiane considerate funzionali alla buona salute.

Sono alcune delle dimensioni che definiscono la responsabilizzazione individuale sulla salute, che avviene però sempre nei confini del sapere medico, punto di riferimento essenziale nell'orientare i cittadini in materia di salute.

Infatti, le scelte che afferiscono all'area della prevenzione sanitaria, anche per gli aspetti che non sono strettamente sanitari o farmacologici, sono per la gran parte degli italiani improntati ad una informata, consapevole e responsabile applicazione di indicazioni mediche o comunque di esponenti del sapere esperto.

E' questa l'area in cui poi progressivamente si innesta anche il consumo di integratori alimentari, scoperti e riconosciuti grazie anche alle sollecitazioni dei medici quali protagonisti di pratiche quotidiane, minute, continuative di prevenzione sanitaria.

In sintesi, la conquista da parte degli italiani di un ruolo attivo nella prevenzione sanitaria con l'esercizio consapevole e responsabile di indicazioni mediche porta in seguito anche alla scoperta del ruolo positivo che possono esercitare gli integratori alimentari.

3.2. Il post-crisi e il decollo degli integratori alimentari

La crisi del 2008 ha segnato uno spartiacque negli stili di vita, nei modelli di gestione dei budget familiari e di consumo, con impatti rilevanti anche sulla gestione del rapporto con la salute e la sanità.

Almeno due sono i movimenti chiave da considerare:

- il primo è relativo a spese e consumi, con l'affermarsi di un discernimento feroce tra consumi da tagliare, consumi da fare *low cost* e consumi *premium* a cui viene attribuito un più alto valore soggettivo. Nel postcrisi i beni e servizi per i quali aumenta la propensione alla spesa degli italiani sono da un lato molto apprezzati e dall'altro, poiché riduci da un feroce selezione, di certo non sono espressione di una inappropriata compulsività;
- il secondo consiste nel salto di qualità nella gestione soggettiva della salute, legato anche alla crisi del Servizio sanitario che sollecita le persone a spendere di tasca propria ed ad alzare la soglia di attenzione anche in questo ambito. Del resto la crisi non interrompe il processo di più lunga deriva di responsabilizzazione individuale nella prevenzione e tutela della salute, semmai lo accelera e lo intensifica.

E' nello scenario segnato da crisi e relativi processi economici e socioculturali che si registra il decollo del settore degli integratori alimentari.

La capacità degli integratori alimentari di attrarre spesa degli italiani nel periodo di massimo contenimento e ristrutturazione dei consumi impone di pensarli come ancorati a motivazioni molto forti, che portano i cittadini a collocarli tra i consumi su cui vale la pena investire.

La motivazione è la diffusa, radicata convinzione, rinsaldata dal parere medico, che sono propedeutici ad una attività mirata di prevenzione sanitaria e potenziamento della salute.

Non un consumo voluttuario, inappropriato, compulsivo o frivolamente consumistico: piuttosto un consumo strettamente connesso con i nuovi stili di vita in cui la tutela della salute, a cominciare dalla prevenzione primaria dentro il quotidiano delle abitudini, è riconosciuta come decisiva.

E' qui che si annida il valore sociale degli integratori alimentari: sono prodotti che gli italiani reputano utili al punto da destinarvi quote più alte di reddito nel momento in cui applicano uno scrutinio feroce delle varie spese.

Nel postcrisi, quindi, la dinamica crescente della spesa degli italiani per integratori alimentari è esito di più generali processi di lunga deriva, potenziati dalla grande crisi e dai suoi effetti: responsabilizzazione individuale nella tutela della salute, ristrutturazione delle spese e dei consumi a beneficio di quelli ad alto valore soggettivo su cui vale la pena investire perché assolvono a funzioni considerate soggettivamente essenziali.

Gli integratori alimentari, consigliati dai medici, rientrano nell'alveo dei prodotti che contribuiscono al nuovo modo di costruire buona salute, in cui i comportamenti quotidiani che operano come prevenzione hanno un ruolo ineludibile.

3.3 Un valore sociale destinato a crescere

Dall'interpretazione proposta emerge prepotente e indiscutibile il nesso tra dinamiche di responsabilizzazione soggettiva nella tutela della salute, nuovi stili di vita salutari e sobri e più alto consumo degli integratori alimentari.

Il valore sociale degli integratori alimentari, però, risiede anche in altri aspetti oltre all'apprezzamento soggettivo, che sono da considerare.

Il primo è in proiezione futura poiché l'Italia è un paese che sta invecchiando: basti pensare che oggi gli anziani sono il 23% della popolazione, tra venti anni saranno il 31%.

In parallelo crescono le cronicità, i fabbisogni sociosanitari e i relativi costi, che mettono a rischio la sostenibilità del Servizio sanitario e più in generale del welfare. Decisiva diventa dunque la prevenzione sanitaria intesa in senso ampio: cioè comportamenti e abitudini salutari capaci di prevenire l'insorgere delle patologie, potenziare la salute e quindi benessere e qualità della vita.

Quel che rientra nella prevenzione è quindi destinato a contare sempre più perché contribuisce a tenere sotto controllo la dinamica di fabbisogni e relativi costi.

In tale quadro, gli integratori alimentari rientrano nell'alveo degli strumenti che possono contribuire a migliorare lo stato di salute di cittadini destinati ad una più lunga vita e più alta esposizione al rischio cronicità.

3.4. Il boom

I dati più recenti offrono un quadro evidente della dinamica di crescita del settore negli anni post crisi, rendendolo come uno tra i settori più vitali della nostra economia e dando una conferma a quelle dinamiche di lunga deriva prima descritte che rendono ragione del successo economico degli integratori alimentari.

Il primo dato è quello relativo ai consumi: nel 2018 il mercato degli integratori alimentari ha raggiunto un valore di 3,3 miliardi di euro con un balzo del +126% rispetto al 2008, quando era pari a 1,3 miliardi di euro.

Una crescita che ha reso oggi l'Italia leader in Europa, detenendo il 23% della quota di mercato europea che è pari a 14,1 miliardi di euro precedendo paesi come Germania (13%), Francia (9%), Regno Unito (8%).

Un balzo netto, evidente che assume ancora più valore se comparato con il totale economia, che mostra come i consumi non siano ancora tornati ai livelli di 10 anni fa, con una variazione negativa del -0,8% nel 2008-2018.

E negli anni post-crisi, con l'economia nazionale ancora stretta dalla morsa della crisi che ne rallenta lo sviluppo e frena la ripresa, i dati recenti sull'andamento di fatturato industriale, esportazioni e occupazione rivelano di una filiera che cresce e va consolidandosi, in Italia come all'estero e che sta dando anche un contributo importante in termini di ripresa occupazionale.

Lo dimostrano gli ultimi dati di settore disponibili relativi al periodo 2014-2017 (fig.1) per cui:

- nel 2017 il settore degli integratori alimentari ha raggiunto un fatturato industriale, relativo ad aziende a marchio, aziende di sviluppo e produzione in conto terzi e aziende di materie prime, di circa 2,6 miliardi di euro, cresciuto del +21,9% dal 2014, mentre nello stesso periodo il Pil dell'economia italiana cresce del +3,8%;
- nel 2017 il valore delle esportazioni è di circa 600 milioni di euro, cresciuto del +48,5%: nello stesso periodo, +12% è la crescita delle esportazioni nel totale economia;
- 21.700 gli occupati nel settore nel 2017, per una crescita nel triennio del +43,9% a fronte di quella rilevata nel totale economia del +5,3%.

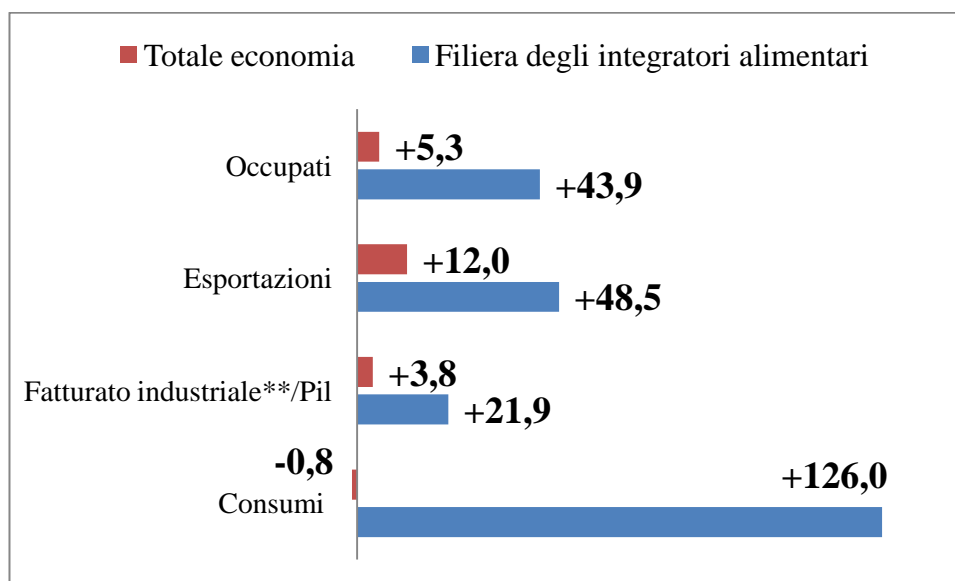
Un settore dinamico e in crescita, come rivelano anche le evidenze di una indagine Federsalus-ELITE sui bilanci aziendali di 174 aziende attive nel

mercato degli integratori alimentari messi a confronto con quelli delle piccole e medie imprese italiane (PMI). Infatti, nel 2016-2017 il fatturato industriale delle aziende attive nel mercato degli integratori alimentari (comprende aziende a marchio, di sviluppo e produzione in conto terzi e materie prime), è cresciuto del +7,3%, mentre il dato relativo alle PMI segna +5,3%.

Inoltre, tali aziende presentano valori medi più elevati rispetto alle PMI italiane anche relativamente agli indici di redditività dei capitali investiti: infatti, nel 2017 il ROA (*Return On Asset*) è pari all'11,3% (4,9% il dato relativo alle PMI) e il ROE (*Return on Equity*) è del 18,4% (11,3% PMI).

Sono le indicazioni che emergono dai dati di settore, che rivelano dinamiche di crescita che corrono ad un ritmo decisamente più veloce di quello rilevato sul totale economia: la morsa della crisi, che frena i consumi e rallenta la ripresa non ha avuto presa sul settore degli integratori alimentari, certificandone il ruolo di protagonista attivo dell'economia italiana.

Fig. 1 – Andamento del settore degli integratori alimentari e del totale economia, 2008-2018* (var. %)



* i dati relativi a occupati, esportazioni, fatturato fanno riferimento al periodo 2014-2017.

**comprende aziende a marchio, aziende di sviluppo e produzione in conto terzi e aziende di materie prime.

Fonte: elaborazione Censis su dati Federsalus, Istat

4. GLI INTEGRATORI ALIMENTARI NELLE ABITUDINI DEGLI ITALIANI

4.1. *Il profilo degli utilizzatori*

Numero e profilo dei consumatori confermano la natura diffusa della fruizione degli integratori alimentari e la loro capacità di rispondere alla molteplicità di esigenze di gruppi sociali diversificati, con il *fil rouge* del positivo impatto sulla salute, in particolare in fase di prevenzione.

Si stimano in 32 milioni gli italiani gli utilizzatori di integratori alimentari. Riguardo il profilo emerge che tra gli utilizzatori (tab.1):

- il 62,8% ha tra i 35 e i 64 anni, il 20,3% tra i 18 e i 34 anni, il 16,9% più di 65 anni;
- il 60,5 è donna, il 39,5% uomo;
- il 55,2% ha il diploma, il 29,6% la laurea, il 15,2% un basso titolo di studio;
- il 30,9% risiede nel Sud Isole, il 27,7% nel Nord Ovest, il 20,7% nel Nord Est, il 20,7% nel Centro.

Tutti dunque utilizzano gli integratori alimentari: dati che rivelano un consumo assolutamente democratico, le cui motivazioni vanno oltre quelle differenze socioeconomiche, territoriali e culturali che di solito incidono sulle diverse tipologie di consumo.

E' chiaro, infatti, che la motivazione del consumo ha un valore che va oltre le specificità socio-economiche e di altro tipo: la tutela della salute.

In una società che invecchia e che è più attenta a conquistare anni in buona salute, l'attenzione alla prevenzione nel quotidiano con stili di vita salutari diventa socialmente trasversale e questo spiega perché anche gli integratori alimentari sono intrecciati con questo specifico trend socioculturale. Da notare anche che tra gli utilizzatori le quote di donne e di laureati sono più alte di quelle che si riferiscono al totale della popolazione.

Tab.1 – Alcune caratteristiche socio-demografiche degli utilizzatori di integratori alimentari (val. % fatto 100 il totale degli utilizzatori)

		% utilizzatori integratori alimentari	% popolazione italiana
<i>Sesso</i>	Femmina	60,5	51,9
	Maschio	39,5	48,1
	Totale	100,0	100,0
<i>Area geografica di residenza</i>	Nord-Ovest	27,7	26,7
	Nord-Est	20,7	19,3
	Centro	20,7	20,0
	Sud e Isole	30,9	34,0
	Totale	100,0	100,0
<i>Età</i>	18-34 anni	20,3	21,3
	35-64 anni	62,8	51,8
	Oltre i 65 anni	16,9	26,9
	Totale	100,0	100,0
<i>Titolo di studio</i>	Licenza media	15,2	47,1
	Diploma	55,2	37,3
	Laurea o superiore	29,6	15,6
	Totale	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis 2019

4.2. Gli abituali

La frequenza di assunzione degli integratori alimentari è un aspetto centrale per intercettare il valore soggettivo che rivestono per gli italiani.

Se i dati consentono di stimare in 32 milioni le persone adulte che dichiarano di utilizzare gli integratori alimentari, sulle diverse abitudini di utilizzo emerge che (tab.2):

- il 58,4% è un utilizzatore *abituale* perché li assume ogni giorno (31,5%) o qualche volta a settimana (26,9%);
- il 13,3% è un utilizzatore *sporadico* perché li utilizza qualche volta al mese;
- il 15,9% è un utilizzatore *occasionale*, perché fa uso di integratori 3 o 4 volte nel corso dell'anno;
- il 3,2% è un utilizzatore *raro*, perché assume integratori alimentari una volta l'anno;
- il 9,2% è un utilizzatore *saltuario*, perché vi ricorre saltuariamente, quando capita.

Prevale dunque tra gli italiani un uso *abituale*, quotidiano o quasi-quotidiano.

Il ricorso agli integratori alimentari è, di fatto, entrato nel *mainstream* degli stili di vita degli italiani: numero di utilizzatori, frequenza di utilizzo e trasversalità a gruppi sociali e territori sono la conferma più potente di un prodotto che è parte integrante del quotidiano.

I dati degli utilizzatori, in particolare di quelli *abituali* sono ovviamente il riflesso di quelli strutturali di mercato, a conferma del fatto che nella ristrutturazione dei portafogli di spesa gli integratori alimentari sono tra i prodotti scelti per il benessere e la tutela della salute e per questo hanno acquisito più alto valore soggettivo e più ampio spazio nei panieri di consumo.

Tab. 2 – Frequenza di assunzione degli integratori alimentari, per età (val.%)

	18-34 anni	35-64 anni	Over 65 anni	Totale
<i>Abituali</i> di cui	58,3	59,9	52,5	58,4
Tutti i giorni	28,1	33,3	28,8	31,5
Qualche volta alla settimana	30,2	26,6	23,8	26,9
<i>Sporadici</i> (qualche volta al mese)	18,8	12,8	8,8	13,3
<i>Occasionali</i> (3 o 4 volte in un anno)	16,7	14,8	18,7	15,9
<i>Rari</i> (una volta all'anno)	-	3,7	5,0	3,2
<i>Saltuari</i> (quando capita)	6,2	8,8	15,0	9,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis 2019

5. IL DECISIVO RUOLO DEI MEDICI

5.1. Scelta consapevole, altro che consumismo

Perché le persone decidono di acquistare integratori alimentari? È una scelta in totale autonomia o addirittura di puro libero arbitrio o invece sono consigliati da qualche soggetto?

Nel 2018 si sono avute 26 milioni di prescrizioni mediche di integratori alimentari con un aumento rispetto al 2016 quando erano 20,3 milioni. Inoltre, è pari al 95% la quota di mercato venduta nelle farmacie (86%) e parafarmacia (9%), mentre è un residuale 5% a trovare collocazione nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO).

Il numero di prescrizioni mediche e la distribuzione delle vendite per canali è una prima risposta sul campo, operativa al rischio di inappropriatelyzza o di consumi indotti dal libero e incontrollato arbitrio individuale.

In realtà, una parte significativa dei consumi ha alla sua origine un consiglio medico o del farmacista, e in ogni caso la gran parte di chi ne fa uso esce dalle farmacie, luogo i cui consumi sono ovviamente molto più mediati e pensati rispetto a quelli che avvengono nella GDO.

Per questo non è una forzatura rilevare che la decisione di consumare integratori alimentari è esito di scelte consapevoli, comunque ponderate perché supportate da consiglio e/o prescrizione medica.

5.2. La consulenza medica per l'appropriatezza

Conferma diretta delle riflessioni indotte dai dati sui canali di vendita emerge dall'indagine su 1.000 italiani realizzata dal Censis, da cui risulta che al 57,3% degli italiani è stato consigliato di utilizzare integratori alimentari: se sono stati consigliati quote alte di italiani trasversalmente a gruppi sociali e aree geografiche, valori percentuali più elevati si ritrovano tra giovani (61,8%), laureati (63,5%) e donne (66,5%) (tab.3).

Tab. 3 – Italiani a cui è stato consigliato di assumere integratori alimentari, per età (val. %)

<i>Le è mai stato consigliato di assumere integratori alimentari?</i>	18-34 anni	35-64 anni	Over 65 anni	Totale
Si	61,8	59,2	46,9	57,3
No	38,2	40,8	53,1	42,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2019

Chi sono i soggetti che più hanno consigliato il ricorso agli integratori alimentari?

Dai dati emerge chiaramente come il consiglio di medici e farmacisti sia decisivo nell'assunzione degli integratori alimentari: infatti, tra chi è stato consigliato l'82,4% lo è stato da almeno uno tra medico di medicina generale, medico specialista e farmacista, il restante 17,6% da altri canali. Entrando nel dettaglio, tra chi è stato consigliato (tab.4):

- il 46,8% è stato consigliato all'utilizzo dal medico di medicina generale e la percentuale arriva al 51,1% tra chi vive al Centro e al 50,5% tra 35-64enni e anziani;
- il 37% da un medico specialista: il dato arriva al 40,8% nel Sud e Isole, al 40,4% tra chi ha alti redditi alti;
- il 17,3% dal farmacista: è stato consigliato il 23,2% di chi ha un reddito tra i 15.000 e i 30.000 euro e il 20,8% dei giovani.

Numeri che certificano che si è in presenza di consumi che rinviano a soggetti depositari di sapere esperto, che di certo non alimentano consumi inappropriati o che addirittura fanno male alla salute.

Il consiglio di medici cresce con il livello di istruzione. Infatti:

- è il 49,5% dei laureati ad essere stato consigliato dal medico di medicina generale di contro al 45,7% dei possessori di basso titolo;
- è il 39,9% dei laureati ad essere stato consigliato dal medico di medicina specialista contro al 28,4% di chi ha un basso livello di istruzione.

Dopo i medici di medicina generale e specialista, ecco i farmacisti, che sono tradizionali interlocutori quotidiani delle persone in materia di salute e, più ancora, di pratiche di prevenzione sanitaria.

Tra gli altri soggetti e canali da cui le persone sono state consigliate vi sono amici colleghi (12%), familiari (11%), web (3%), televisione e radio (3,8%), social network come Facebook, Instagram (2,6%), quotidiani e riviste (1,4%).

L'attenzione crescente degli italiani alle determinanti della propria salute, li porta a utilizzare integratori alimentari ma con un approccio maturo, che vuol dire passare in via preventiva al vaglio dei *gatekeeper* della competenza: i medici, siano essi di medicina generale o specialisti, e poi anche i farmacisti.

Tab. 4 – Soggetti che hanno consigliato di assumere integratori alimentari, per titolo di studio* (val. %)

<i>Chi Le ha consigliato di assumere integratori alimentari?</i>	Licenza media	Diploma	Laurea	Totale
Medico di medicina generale	45,7	45,4	49,5	46,8
Medico specialista	28,4	37,5	39,9	37,0
Farmacista attraverso attività di <i>counseling</i>	16,0	19,4	14,4	17,3
Amici e/o colleghi di lavoro	13,6	13,2	11,7	12,7
Familiari	9,9	11,5	11,2	11,2
Televisione, radio	4,9	4,3	2,7	3,8
Web (siti, forum, blog)	3,7	3,6	1,6	3,0
Social network (Facebook, Instagram, chat, ecc.)	3,7	3,0	1,6	2,6
Quotidiani, riviste	3,7	1,0	1,1	1,4

*Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis 2019

6. LA POSITIVA VALUTAZIONE PER L'IMPATTO SULLA SALUTE

6.1. *Fanno bene e di certo non fanno alcun male*

La centralità dei medici nella proposta di utilizzo degli integratori alimentari ne garantisce l'appropriatezza e che l'uso stesso non sia dissennato o inopportuno. Ne emerge uno scenario dunque che non consente di considerare il consumo di integratori alimentari come l'esito di una sorta di deresponsabilizzazione o avventatezza o disinformata scelta delle persone.

Riguardo agli esiti, è utile verificare le opinioni dei cittadini: il 74% dei cittadini valuta positivamente le conseguenze avute dall'utilizzo di integratori alimentari, ossia sono convinti che hanno risposto agli obiettivi che gli erano stati dati (fig.2).

Una valutazione positiva largamente prevalente nei territori e nei diversi gruppi sociali: se 3 italiani su 4 dicono che gli integratori gli hanno fatto bene, le percentuali sono più elevate tra i laureati (80%) e i bassi redditi (79,5%) (tab.5).

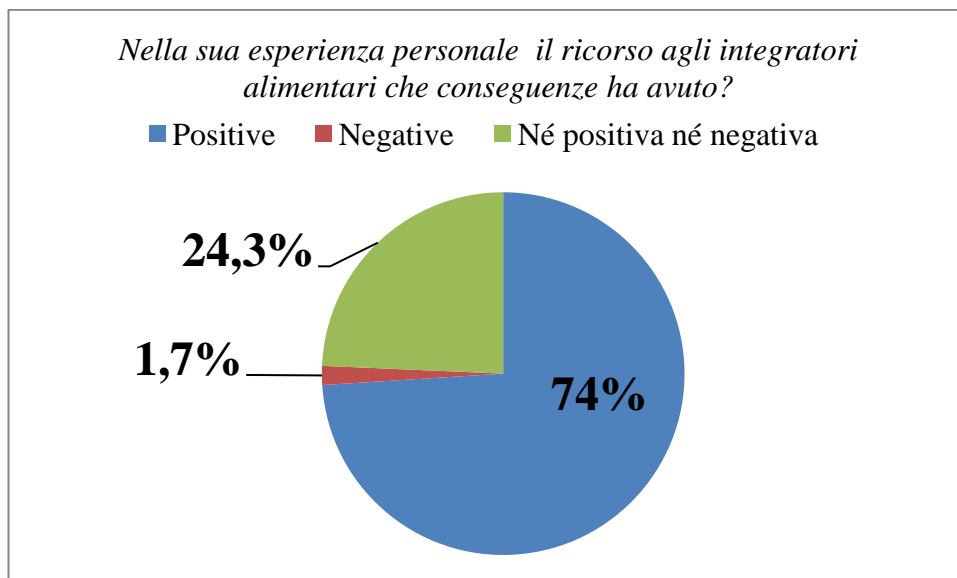
Se il 24,3% degli italiani esprime un giudizio né positivo né negativo sugli effetti degli integratori alimentari sul proprio organismo, è solo l'1,7% a richiamare effetti negativi indotti dal consumo di integratori alimentari.

In estrema sintesi si può dire che nella percezione collettiva gli *integratori alimentari, consigliati per la gran parte dai medici, fanno bene e in ogni caso di certo non fanno alcun male.*

E' un giudizio di positiva valutazione che non può da solo certificare l'efficacia: tuttavia, il nesso con la prescrizione medica consente di rilevare che si tratta di prodotti appropriati e che agli occhi delle persone ottengono i risultati preventivati.

E soprattutto, tale nesso certifica che si è in presenza di un consumo che è consapevole, perché avviene nei confini del sapere esperto, che massimizza gli effetti positivi e riduce i rischi di effetti indesiderati, allerta sulle controindicazioni dovute ad esempio a possibili interazioni con farmaci, chiarisce modalità di utilizzo e funzionalità rispetto ai propri obiettivi.

Fig. 2 – Valutazione delle conseguenze dell'utilizzo di integratori alimentari, (val. %)



Fonte: indagine Censis 2019

Tab. 5 – Valutazione delle conseguenze dell'utilizzo di integratori alimentari, per titolo di studio (val. %)

Nella sua esperienza personale il ricorso agli integratori alimentari che conseguenze ha avuto?

	Licenza media	Diploma	Laurea	Totale
Positive	61,1	74,3	80,0	74,0
Negative	4,2	0,8	2,1	1,7
Né positiva né negativa	34,7	24,9	17,9	24,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis 2019

6.2. L'utilizzo per la tutela della buona salute

Utile è guardare al ruolo attivo, consapevole, responsabile nella prevenzione sanitaria che si concretizza nell'utilizzo degli integratori alimentare, a partire dal diverso stato di salute degli italiani. Dai dati emerge che:

- tra chi li utilizza, il 58,1% ha un ottimo o un buono stato di salute, il 41,9% ne ha uno discreto o pessimo;
- il 61,8% di chi ha un ottimo o un buono stato di salute utilizza integratori abitualmente (tutti i giorni o qualche volta alla settimana) mentre lo fa il 53,5% di chi ha un discreto o pessimo stato di salute;
- il 77,1% di chi gode di un ottimo o buono stato di salute valuta positivamente gli effetti degli integratori alimentari rispetto agli obiettivi iniziali ed è il 69,7% tra chi ha uno stato di salute discreto o pessimo.

Dai numeri emerge chiaramente la propensione da parte di chi già gode di un ottimo o buono stato di salute a voler tutelarlo e preservarlo attraverso il ricorso agli integratori alimentari.

Addirittura, tra chi ha un ottimo o una buona salute prevale l'utilizzo abituale rispetto a chi invece dichiara di avere un pessimo o discreto stato di salute. Un consumo che avviene comunque, anche per chi ha una ottima o buona salute, mai in maniera deregolata ma passa sempre dal consiglio del medico. Infatti, il 56,9% di chi ha un ottimo o buono stato di salute è stato consigliato di assumere integratori alimentari, tra questi l'80,6% è stato consigliato da uno tra medico di medicina generale, medico specialista e farmacista.

Sono tracce di comportamenti responsabili e quotidiani di tutela e mantenimento della buona salute che vanno radicandosi anche in chi ne ha già una ottima o buona, ad ulteriore dimostrazione di come oggi quello della salute sia un tema cresciuto considerevolmente nella scala dei valori e delle priorità.

Pratiche virtuose che hanno anche un potenziale beneficio sociale e sanitario perché adottare comportamenti salutari e fare prevenzione può contribuire fattivamente a ridurre i costi in capo al Servizio Sanitario Nazionale, sotto pressione dalla crescita dell'aspettativa di vita e con essa dei fabbisogni sanitari e della cronicità.

7. LE CONSEGUENZE DEI MISLEADING

7.1. Vittime di *fake news*

Le *fake news* sono senza dubbio tra le protagoniste recenti della storia degli ultimi dieci-quindici anni, contrassegnata da lunghe e pervasive campagne diffamatorie verso specifici settori o prodotti, influenzandone negativamente la reputazione.

Campagne mediatiche che negli ultimi anni sono state accelerate e intensificate dall'ascesa del web e dei *social media*, dove la proliferazione incontrollata di informazioni false o non fondate genera visioni distorte.

Anche gli integratori alimentari sono stati vittime di *fake news*: tuttavia, se la collettività utilizza, attribuisce sicurezza e valuta positivamente gli integratori alimentari, *misleading* e erronee interpretazioni hanno avuto presa con una certa enfasi soprattutto sui mass media e su taluni *opinion leader* del settore.

Se i consumi sono salvi, anzi sono letteralmente decollati negli anni post-crisi, certamente la loro persistenza rischia di offuscare la percezione su identità e valenza funzionale degli integratori alimentari, mettendo a rischio la *social reputation* di un'intera industria e alimentando una confusione che potrebbe alla lunga aver presa anche sul consumatore più maturo e consapevole.

7.2. I rischi dei *misleading*

Il primo aspetto da chiarire che è alla base dei *misleading* va direttamente all'origine e riguarda l'identità dell'integratore alimentare: troppo spesso, infatti, la sua definizione erronea alimenta visioni parziali e distorte che lo rendono simile ad altri prodotti, dai cibi a prodotti naturali.

L'integratore alimentare invece ha una propria specifica e riconoscibile identità che lo colloca in una posizione intermedia tra farmaco e alimento: una collocazione che ha alla sua base la funzionalità per la promozione e il mantenimento di un buono stato di salute.

Tale identità genera il paradossale effetto di rendere la definizione di integratore alimentare fuorviante o meglio incapace di rendere pienamente ragione della funzione per il benessere dell'organismo e del conseguente valore che genera. Infatti, gli integratori alimentari:

- non sono farmaci, perché non sono destinati alla cura di patologie né possono essere presentati come tali;
- pur essendo collocati dal punto di vista regolatorio nel settore del *food*, forniscono dosi concentrate e standardizzate di sostanze nutritive o funzionali spesso non presenti negli alimenti;
- si presentano, come i farmaci, nella forma di compresse, capsule, polveri in bustine, liquidi in flacone, ecc.;
- la loro assunzione, a differenza dell'alimento, avviene esclusivamente per ottenere un beneficio per la salute.

Da qui la loro collocazione intermedia – ma caratterizzata da specifica identità, ruolo e funzione – tra alimento e farmaco.

Sono differenze basilari: fissarle chiaramente aiuta a superare il rischio di pericolose ed erronee contrapposizioni.

Ed è evidente che sia necessario operare un intenso lavoro di comunicazione nei confronti di chi è portatore di visioni distorte e parziali sui media, che possono poi avere una qualche presa anche sui consumatori.

7.3. Ma superarli si può

La persistenza di *misleading* specialmente tra i media e gli opinion leader sugli integratori alimentari, se non ha rallentato i consumi, certamente alimenta una certa confusione sulla loro identità e funzionalità che potrebbe danneggiare la *social reputation* di un intero settore.

Come per altri settori e prodotti oggetto di *fake news*, false credenze, *misleading*, anche per gli integratori alimentari la persistenza di tali visioni parziali rischia di inficiare i tanti e importanti significativi passi avanti compiuti in questi anni.

A testimoniare, infatti, sono i messaggi e le attività portate avanti nel settore della comunicazione professionale che mira a divulgare nell'arena pubblica informazioni chiare ed esaustive oltre che linee guida a cui bisogna attenersi nella comunicazione non solo professionale ma anche commerciale relativa alla vendita finale al consumatore.

Una attività intensa e continuativa nel tempo che ha dato i suoi risultati, testimoniati dall'ascesa degli integratori alimentari nell'economia post-crisi, quanto dalle opinioni degli italiani, che in quote crescenti utilizzano integratori alimentari, nella maggior parte dei casi consigliati da medici, principali depositari di sapere esperto.

Evidenze che spingono a dire come *superare i misleading si può* e deve essere fatto per realizzare quell'ulteriore salto in avanti che porterebbe alla definitiva legittimazione degli integratori alimentari, al pieno riconoscimento delle sue funzionalità, al valore sociale oltre che economico che generano.

Un salto in avanti necessario per il quale decisivo è il ruolo della comunicazione professionale e scientificamente fondata perché portata avanti da chi ha competenze adeguate, per evitare che il rumore dei troppi incompetenti copra le voci competenti e autorevoli che, invece, devono essere il vero riferimento.

8. PER UN UTILIZZO SEMPRE PIÙ' CONSAPEVOLE

Dal racconto emerge che il consumo di integratori alimentari è connesso all'evoluzione degli stili di vita e di consumo degli italiani, che sono componente costitutiva della prevenzione sanitaria, consumi appropriati perché consigliati e prescritti da medici le cui conseguenze sugli organismi sono valutate positivamente dai cittadini che li hanno assunti.

Pertanto l'ascesa dell'industria degli integratori alimentari con positive performance di fatturato, vendita ed occupazione non è un fatto solo economico ma è l'esito dell'ingresso dei prodotti del settore nelle abitudini di consumo degli italiani orientati a tutelare la propria salute in modo consapevole, perché mediato dai saperi esperti.

Non esito di impulsi consumeristi magari indotti da pressione pubblicitaria, ma portato dalla convinzione dei medici che gli integratori alimentari danno un buon contributo a potenziare la salute delle persone, e quindi a prevenire l'insorgenza di patologie.

Una funzione strategica in una popolazione che invecchia, ad alta cronicità e relativi fabbisogni sociosanitari e assistenziali.

E gli integratori alimentari fanno il loro dovere, poiché le persone che li consumano su indicazione medica sono anche convinte che hanno avuto effetti benefici sui loro organismi o comunque in linea con le attese iniziali, anche perché esito di un utilizzo consapevole che, con il parere esperto, riduce il rischio di controindicazioni e effetti imprevisti.

E' un quadro strutturato e coerente che sgombera il campo da visioni parziali che relegano i consumi di integratori alimentari alla sfera dell'inappropriatezza o, peggio ancora, a mero consumismo peraltro nocivo per la salute delle persone.

E' consumo in larga parte abituale, consigliato dal medico ed espressione della maturazione e consapevolezza del soggetto nelle modalità di gestione della propria salute, in un quadro di *empowerment* e di cooperazione attiva con i protagonisti del sapere esperto.

E' una realtà che oggi è sfidata dagli esiti nefasti delle *fake news* e dei *misleading* che colpiscono media e opinion leader che immettono poi visioni fuorvianti sull'identità dell'integratore alimentare, così come sulla sua valenza funzionale con il rischio di generare confusione anche nel consumatore attento.

Per andare oltre i rischi delle *fake news*, decisivo è il ruolo di una comunicazione di qualità, certificata, capace di veicolare il punto di vista dei saperi esperti, in particolare dei medici. Una comunicazione di qualità, autorevole e riconosciuta capace di ricacciare indietro le visioni errate e potenziare la capacità del consumatore di discernere il vero dal falso.

Altra rilevante sfida consiste nel proporre prodotti di alta qualità, sicuri, in linea con le capacità migliori maturate nel settore ed all'altezza delle aspettative crescenti dei cittadini.

Viaggiare sulle cime più alte della qualità e della sicurezza è, infatti, un prerequisito fondamentale per continuare ad incontrare il favore dei cittadini, notoriamente cauti e altamente selettivi nella scelta dei prodotti che reputano utili per la propria salute.

Sono sfide centrali, vincerle significherebbe entrare definitivamente nei motori di formazione del senso comune e fissare nell'immaginario quello che gli italiani in fondo già sanno: che gli integratori alimentari sono uno strumento importante per la tutela della salute, per il benessere, in estrema sintesi, per la qualità quotidiana della vita.