

V Indagine di settore

La filiera italiana dell'integratore alimentare
2019-2020

Centro Studi FederSalus

EXECUTIVE SUMMARY

Mercato degli integratori alimentari

Il mercato degli integratori alimentari ha raggiunto in Italia a fine 2019 un valore di **circa 3,6 miliardi di euro** (valore prezzo al pubblico), cresciuto del 3,6% a valore rispetto al 2018. In farmacia, principale canale di vendita, gli integratori si confermano la **seconda categoria dopo il farmaco su prescrizione** e danno il maggior contributo alla crescita. Il mercato italiano, che è il **primo mercato in Europa**, si è sviluppato negli anni in risposta a bisogni di salute e benessere sempre più evoluti da parte del consumatore. **L'utilizzo degli integratori coinvolge 32 milioni di italiani** (il 65% della popolazione italiana adulta) e risponde a logiche di impiego differenziate. Il **medico** e il **farmacista** sono **figure di riferimento per il consumatore**, che riconosce agli integratori il ruolo funzionale per il mantenimento della salute e il benessere. Nel 2019 ci sono state **28,6 milioni di prescrizioni mediche di integratori alimentari**.

Fatturato industriale e occupazione


La filiera industriale italiana su cui poggia il mercato è solida e in crescita. In base alle rilevazioni del Centro Studi, certificate da IQVIA, si stima un **fatturato industriale 2018** delle aziende della filiera italiana degli integratori alimentari **pari a circa 3,7 miliardi di euro** (le aziende associate a FederSalus esprimono il 55% di tale valore). Il fatturato industriale è **aumentato per il 75% delle aziende intervistate**. La produzione è realizzata principalmente da aziende di produzione in conto terzi, prevalentemente in Italia. Si registra una dinamica positiva anche con riferimento all'**occupazione nel settore**, che si attesta **pari a circa 22.000 addetti**. L'occupazione è aumentata per il 53% delle aziende intervistate. Il settore, riconosciuto come essenziale in base ai codici ATECO durante la fase di emergenza Covid-19, ha continuato ad operare per rispondere alle esigenze dei consumatori che hanno intensificato il consumo di integratori alimentari durante il picco dell'emergenza per mantenere il buono stato di salute.

Investimenti

Gli investimenti sono cresciuti nel 2018 per il 54% delle aziende intervistate. L'80% degli investimenti è impiegato in marketing e comunicazione, ricerca e sviluppo, formazione, impianti e nuovi macchinari. La maggior parte delle aziende intervistate segnala investimenti nel settore che si collocano nella fascia tra il 5 e il 10% del fatturato integratori e il credito d'imposta per attività di ricerca e sviluppo è l'incentivo più utilizzato.

Export

L'export 2018 del settore è pari a 735 milioni di euro ed incide complessivamente per il 20,1% del fatturato industriale del settore. L'export è aumentato nel 2018 per oltre metà delle aziende intervistate. Ci sono comunque margini di crescita per l'export del settore che si colloca in termini percentuali sotto il valore medio 2018 a livello Italia, pari al 32,1% (rapporto export / Pil).

- A FederSalus sono associate **+220 aziende** nazionali e multinazionali della filiera degli integratori alimentari
 - Aziende a Marchio (marchi propri sul mercato di consumo)
 - CDMO (Produzione Conto Terzi) e sviluppo
 - Materie Prime
- Le aziende associate a FederSalus esprimono il **55%(*)** del fatturato di filiera dell'intero settore nel 2018, pari a circa **3,7 miliardi di euro**.
- Il settore impiega **21.942 addetti totali** (anno 2018).
- Federsalus è Board Member  che rappresenta +1.600 aziende UE.

European Federation of Associations
of Health Products Manufacturers

(*) Il dato si riferisce alle 218 aziende associate all'epoca di conduzione dell'indagine.

CENTRO STUDI FEDERSALUS

Rilevazione sistematica dei principali indicatori del mercato e dell'industria



Gli integratori alimentari

- «...costituiscono una fonte concentrata di sostanze ... aventi un effetto nutritivo o fisiologico*»
- hanno un ruolo funzionale nel mantenimento della salute e benessere e nel ridurre fattori di rischio di malattia

ALIMENTI



Nutrizione umana

Reg 178/02/CE, et al ..

INTEGRATORI

(sostanze pre-dosate e concentrate)



Integrazione carenze alimentari, stimolo funzioni fisiologiche per mantenere salute e benessere - riduzione fattori di rischio malattie

Dir 46/02/CE, et al ..

FARMACI



Cura malattie

Dir 83/01/CE, et al ..

In Italia gli integratori sono soggetti a specifica regolamentazione



Notifica e Registro Nazionale Integratori

DL21 maggio 2004 n169. Una volta conclusa favorevolmente la procedura di notifica gli integratori sono inclusi con un codice in un Registro degli integratori del Ministero della Salute, disponibile pubblicamente.



Norme di Buona Fabbricazione

Good Manufacturing Practice, GMP, del 14/11/2018 messa a punto dal Ministero della Salute e dall'Istituto Superiore di Sanità come stabilito dalla Comunicazione della Commissione UE (2016/C 278/01). Lo scorso maggio la Giunta Esecutiva UNI (Ente Italiano di Normazione) ha approvato l'avvio dei lavori di elaborazione di un **progetto nuovo di prassi di riferimento (UNI/PdR)** che fornirà gli standard di riferimento per l'applicazione delle buone pratiche di fabbricazione nella produzione di integratori alimentari. FederSalus parteciperà attivamente allo sviluppo del documento.



Linee Guida Studi di efficacia e sicurezza

Linee di indirizzo sugli studi condotti per valutare la sicurezza e le proprietà degli integratori. Le sperimentazioni devono basarsi su un **razionale scientifico**, ... ed essere condotte ispirandosi ai principi generali della buona pratica clinica - **Good Clinical Practice, GCP** - e di laboratorio - **Good Laboratory Practice, GLP**. [Agg. Nov18]



Effetti fisiologici sull'organismo [indicazioni sulla salute]

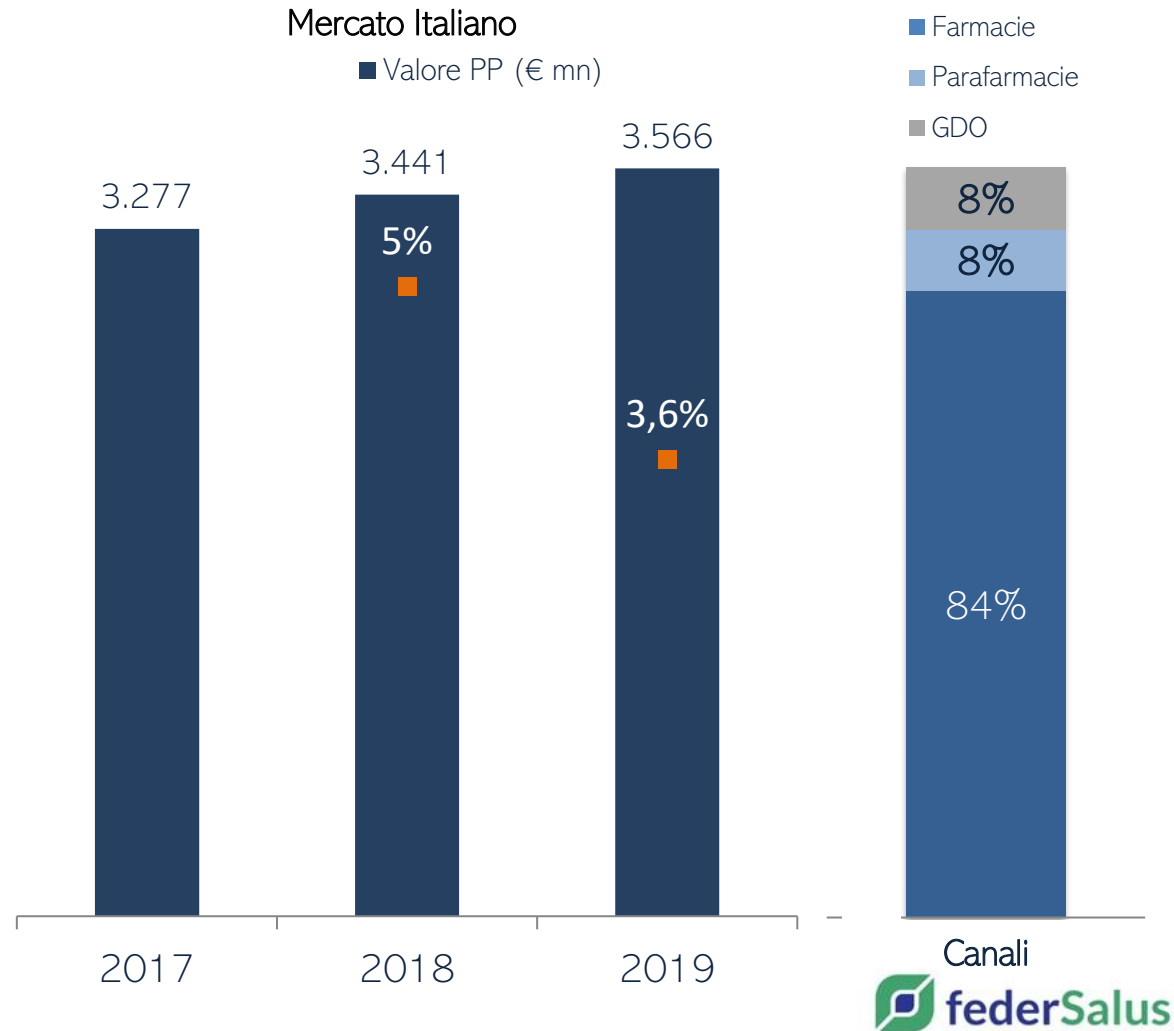
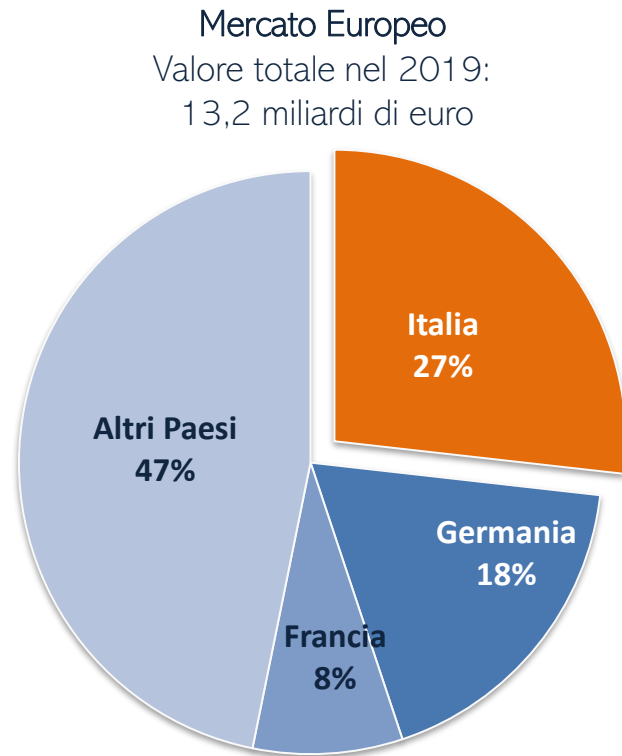
Decreto 9 gennaio 2019 e Linee guida di riferimento per gli effetti fisiologici .. volti ad ottimizzare le funzioni dell'organismo nell'ambito dell'omeostasi secondo il modello definito dal Consiglio d'Europa.

Il mercato degli integratori

Aggiornamento

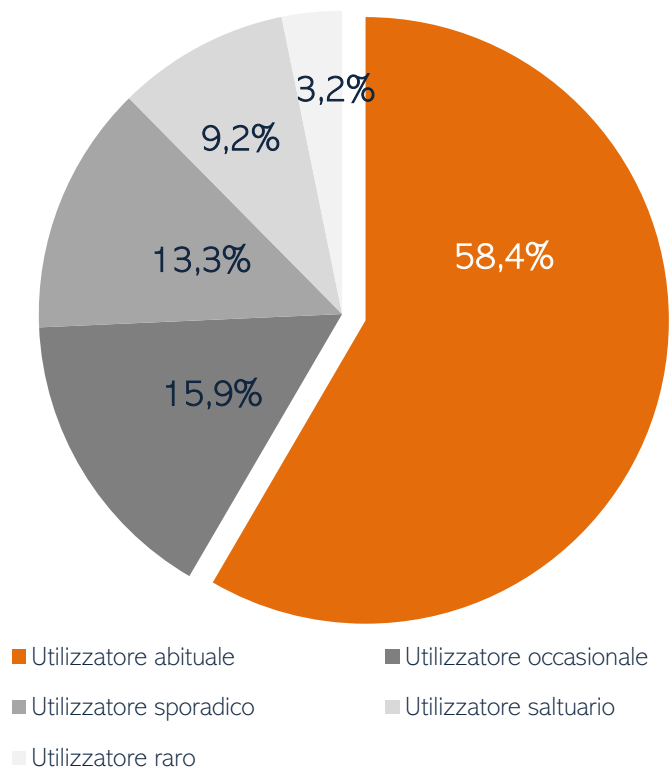
L'Italia è il principale mercato in Europa con una quota in valore del 27%

Il 92% del mercato italiano si sviluppa in farmacia e parafarmacia

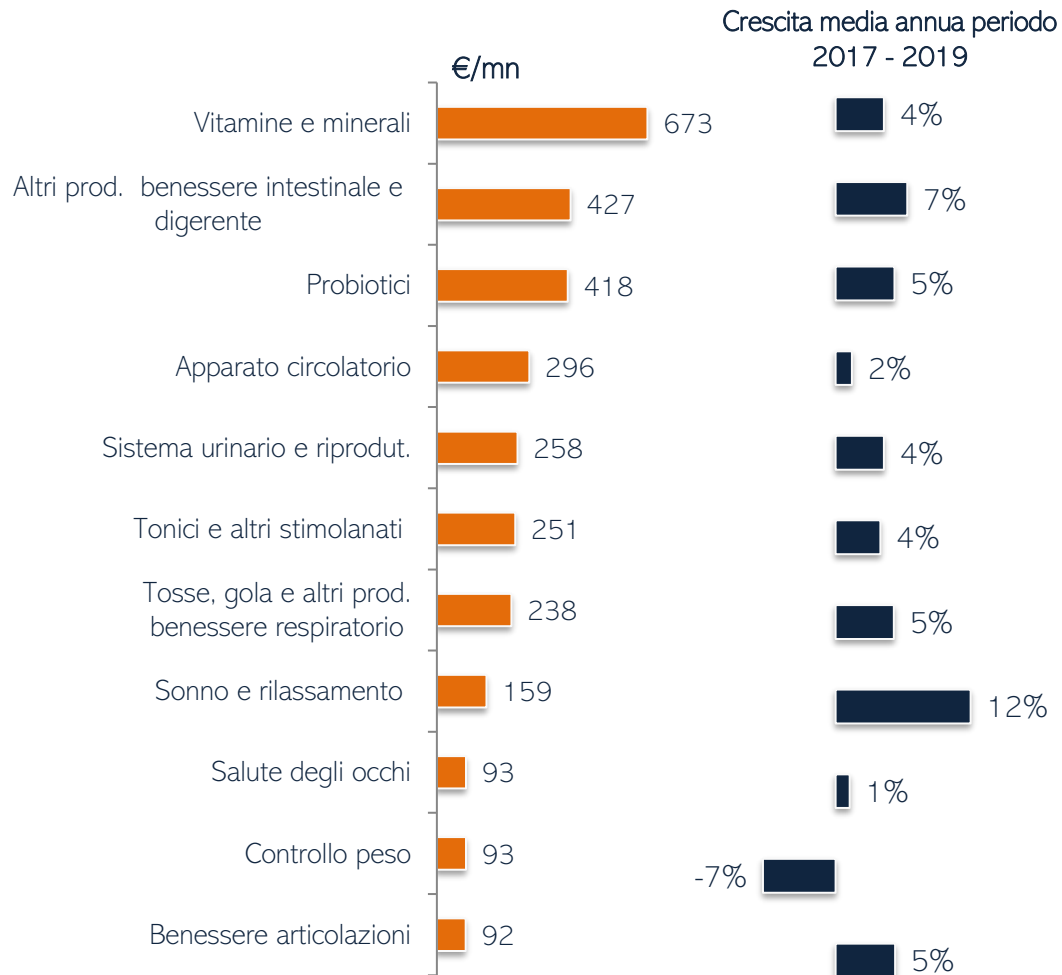


L'utilizzo degli integratori in Italia coinvolge il 65% della popolazione adulta (32 mn di italiani) con logiche d'impiego molto articolate

- Prevalenza tra gli italiani di un *utilizzo abituale* di integratori alimentari
- 261 mln di confezioni vendute nel 2019
- Consumo annuo pro-capite: 8 confezioni



Principali aree [oltre l'80% del valore di mercato]



Fonte: Rapporto Censis "Il valore sociale degli integratori alimentari" - 2019

Fonte: IQVIA Multichannel View. Classificazione a scopo analitico del mercato: le indicazioni sulla salute sono soggette al Reg (CE) 1924/06

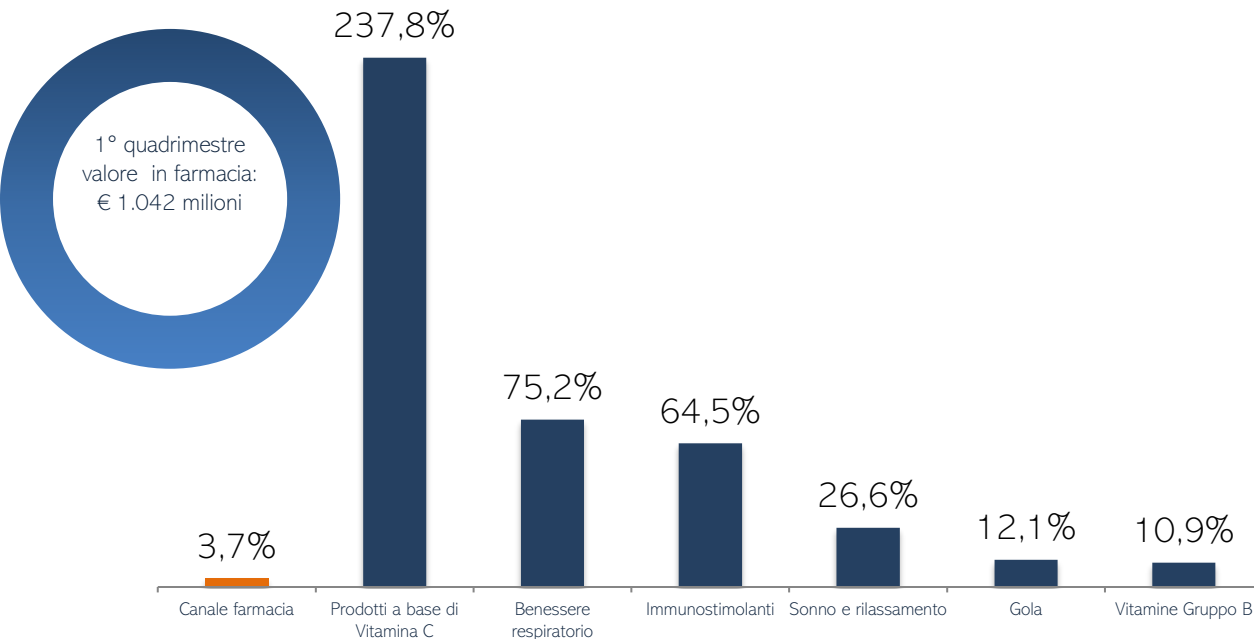
L'emergenza Covid-19 ha catalizzato l'attenzione del consumatore sul mantenimento di un buono stato di salute: evidenze dagli acquisti nelle farmacie territoriali e online

L'utilizzo degli integratori alimentari si è consolidato durante i mesi cruciali dell'emergenza sanitaria in risposta all'obiettivo di mantenere un buono stato di salute, di rafforzare il sistema immunitario e di gestire altre esigenze di benessere.

Il canale delle farmacie online, dove il consumatore conferma le scelte che fa nel punto vendita fisico, ha consentito un'ulteriore opportunità di accesso agli integratori alimentari durante il lockdown.



Farmacia territoriale: risultati a valore di alcune principali categorie di mercato nel primo quadrimestre 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019



Primo trimestre 2020 vs 2019 Farmacia online

Valore totale **farmacia online:**

€ 82 milioni, +64% rispetto al primo trimestre 2019

Gli integratori alimentari sono la prima categoria e rappresentano il **50%** del valore totale

Prodotti per il colesterolo:
+39%

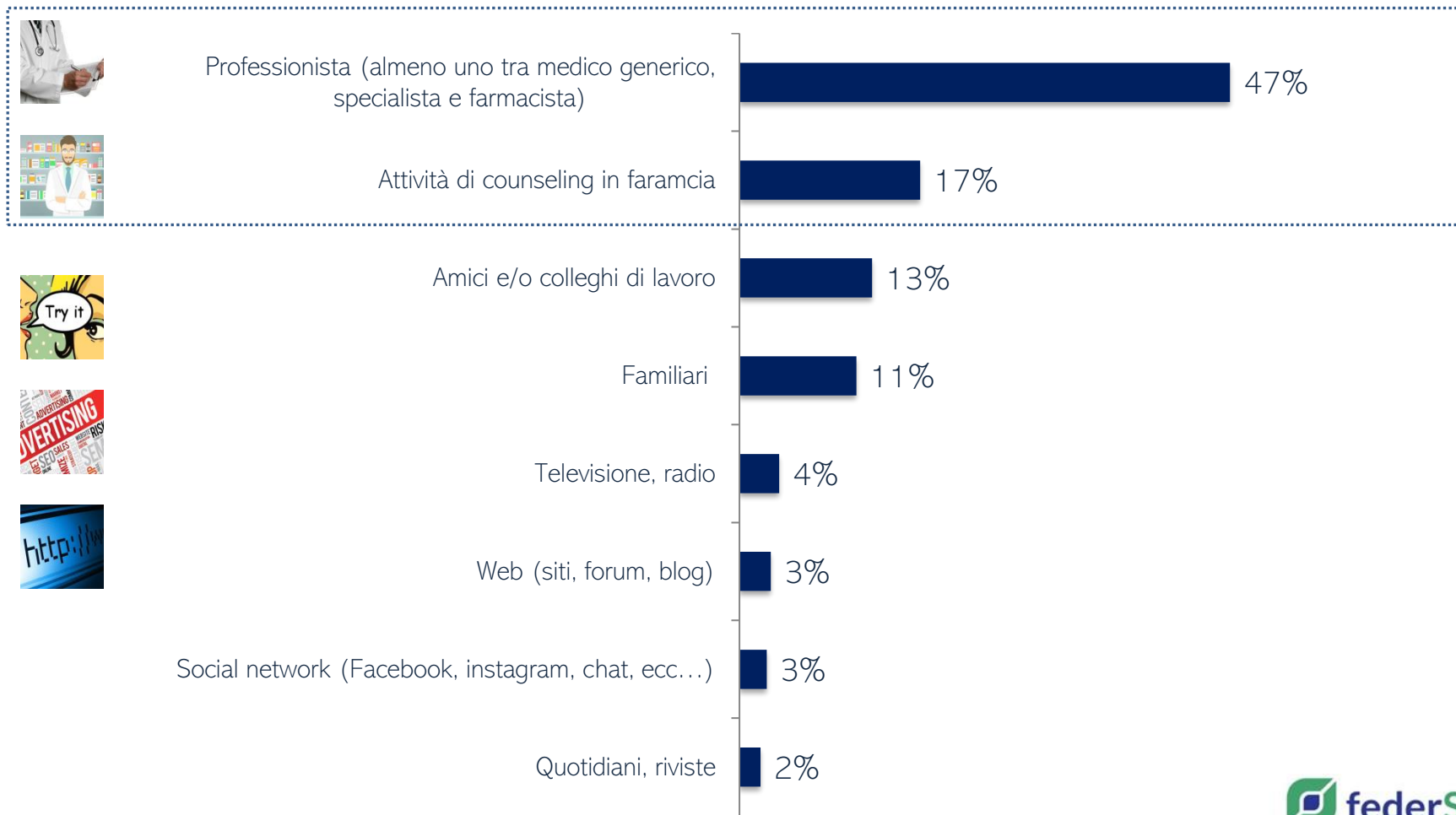
Vitamine, minerali, immunostimolanti e probiotici:
+28%

Sonno e rilassamento: **+24%**



L'utilizzo degli integratori alimentari passa principalmente attraverso il vaglio di medici e farmacisti

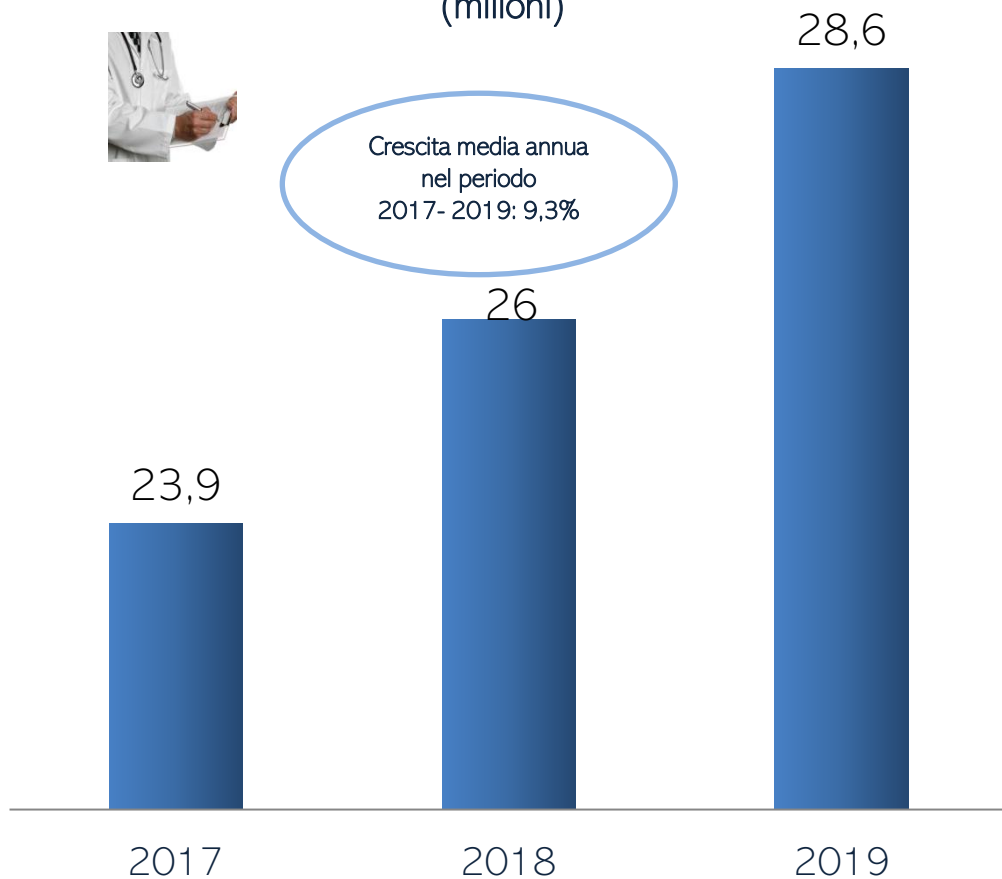
Chi le ha **consigliato**/ attraverso quali fonti ha avuto **informazioni** sugli integratori?
(% di utilizzatori)



Gli integratori alimentari nella pratica clinica

La prescrizione medica di integratori è diffusa e in crescita

Prescrizioni mediche di integratori alimentari
(milioni)

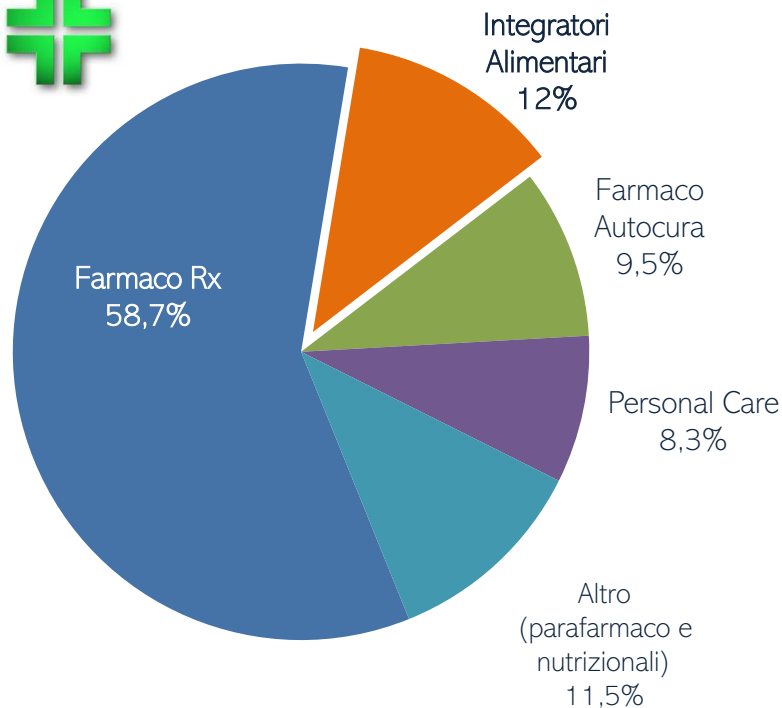


% per specialità

| | |
|------------------|-----|
| MEDICO GENERICO | 21% |
| ORTOPEDICO | 17% |
| PEDIATRA | 16% |
| GINECOLOGO | 14% |
| NEUROLOGO | 6% |
| OCULISTA | 5% |
| GASTROENTEROLOGO | 5% |
| UROLOGO | 4% |
| Altri | 12% |

In Farmacia gli integratori rappresentano la seconda categoria dopo il farmaco Rx e danno il maggior contributo alla crescita

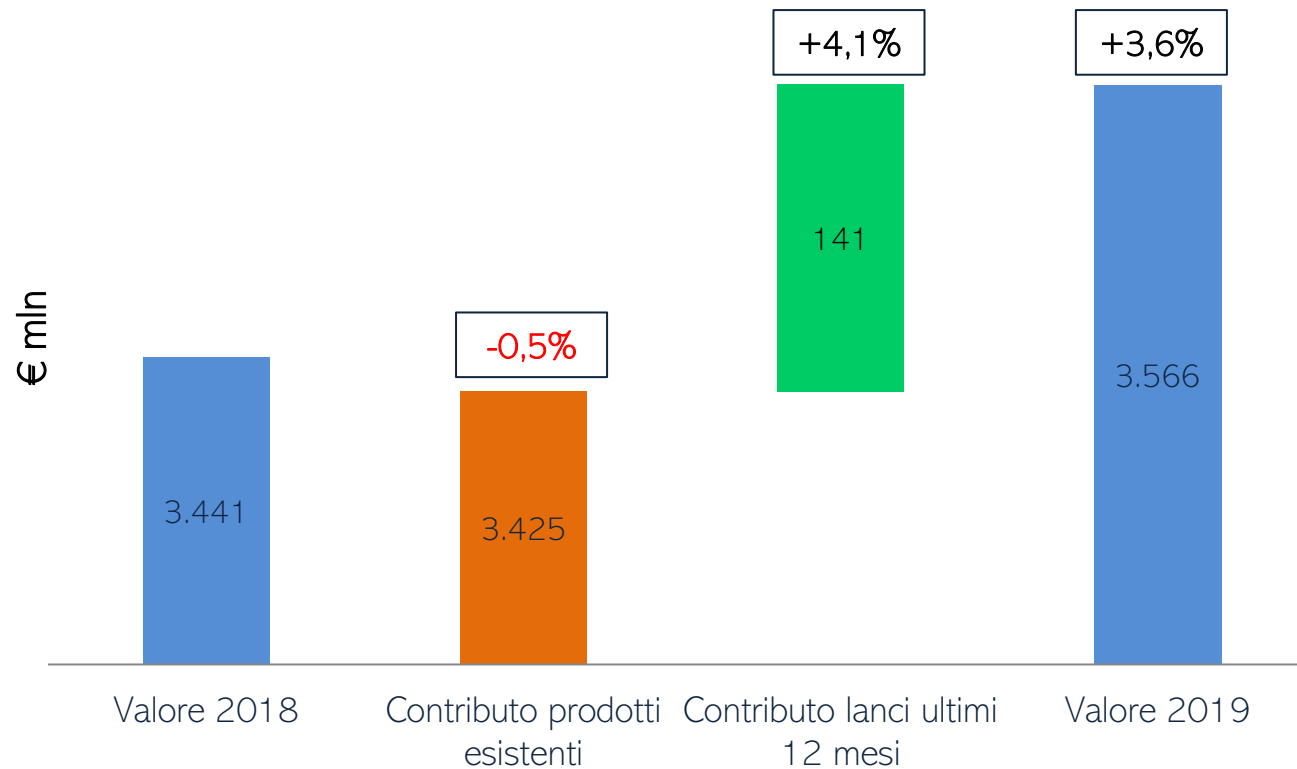
Ripartizione % del valore generato dalla Farmacia
Anno 2019



| Valore in € miliardi | 2019 | Var. vs ap | Contributo al trend |
|------------------------------------|-------------|---------------|---------------------|
| Totale | 24,2 | - 0,7% | - 0,7% |
| Farmaco Rx | 14,2 | - 1,3% | -0,8% |
| Integratori | 3 | 4% | 0,5% |
| Farmaco Autocura | 2,3 | -0,2% | 0% |
| Personal Care | 2 | 0,8% | 0,1% |
| Altro (Parafarmaco e nutrizionali) | 2,7 | - 3,7% | - 0,5% |

La crescita degli integratori è trainata dall'innovazione in risposta a specifiche esigenze di salute

Composizione della crescita in valore: i nuovi lanci determinano la crescita del mercato, compensando anche la leggera flessione dei prodotti maturi



Indicatori del comparto industriale

V Indagine: 2019-2020

La V indagine di settore del Centro Studi

è stata condotta con la collaborazione di

con due obiettivi:

- espandere la base campionaria includendo aziende rappresentative del settore non associate a FederSalus;
- certificare il modello analitico di espansione dei dati campionari.



Metodologia e campione



Sono state effettuate 143 interviste web based (CAWI) (durata 25 minuti) ad aziende attive nel settore degli integratori alimentari di cui:

- 102 aziende associate a FederSalus
- 41 aziende non associate



- Il field si è svolto in due fasi: una prima fase a ottobre 2019 su una selezione di aziende non associate (15 aziende sulle prime 30 per fatturato) e una seconda fase a gennaio/febbraio 2020.

Metodologia e campione

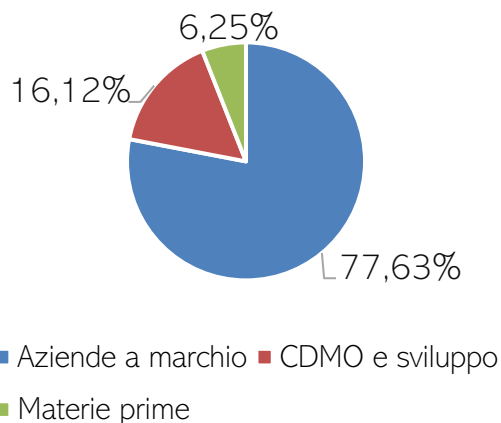


- Le stime dell'intero settore degli integratori e dei fatturati delle singole aziende hanno potuto avvalersi di puntuali valorizzazioni dei consumi a prezzi realizzo industria, in quanto presenti nelle banche dati di IQVIA, permettendo così di ridurre gli errori di stima. La rilevazione da parte di IQVIA di tutti i principali canali di vendita degli integratori alimentari, tra cui anche il crescente canale e-commerce, ha permesso di effettuare stime del fuori canale, migliorando la robustezza delle stime prodotte.
- Una volta stimati per ogni azienda i fatturati totali e quello specifico del comparto integratori, con modelli di statistica multivariata sviluppati sui dati dell'indagine, è stato possibile stimare sia il numero di addetti totali dell'azienda che la quota afferente al comparto integratori alimentari. I risultati sono poi stati validati da confronti con altri studi di settore.

Distribuzione del fatturato industriale e degli addetti lungo la filiera

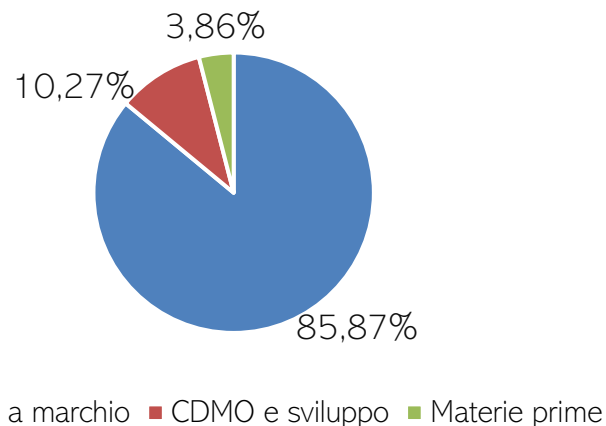
Il 77,63% del fatturato industriale di filiera è espresso dalle aziende a marchio e la componente Italia è pari al 79,9%. Della componente Italia del fatturato industriale l'82% è espresso dalle aziende a marchio. Le aziende a marchio esprimono l'85,87% degli addetti totali di filiera.

Distribuzione % del fatturato



Fatturato industriale di filiera 2018
3.661 milioni di euro, il 79,9% componente Italia e il restante derivante dall'export

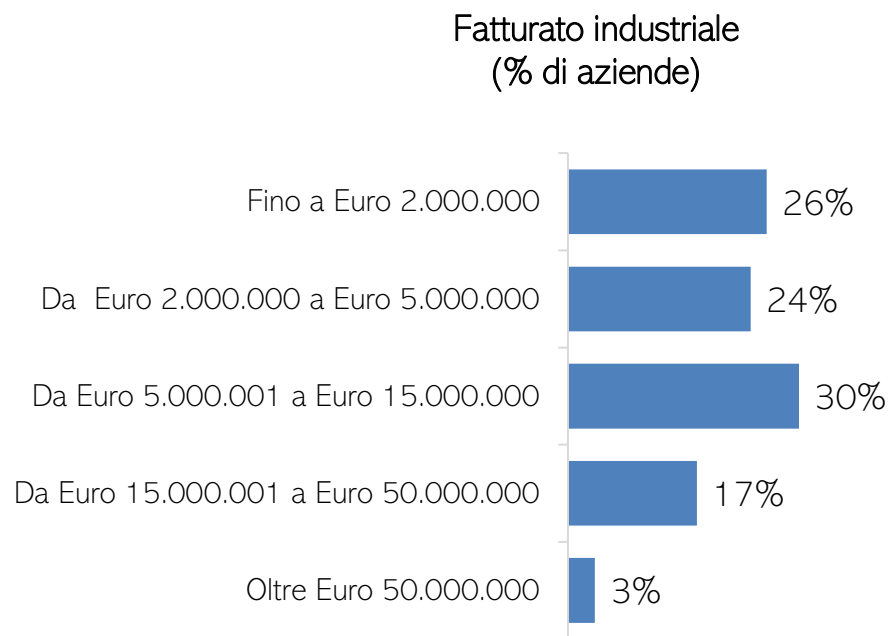
Distribuzione % degli occupati



Addetti totali di filiera 2018
21.942

Fatturato Industriale

La metà delle aziende ha un fatturato relativo al settore degli integratori alimentari superiore ai 5 milioni di euro.

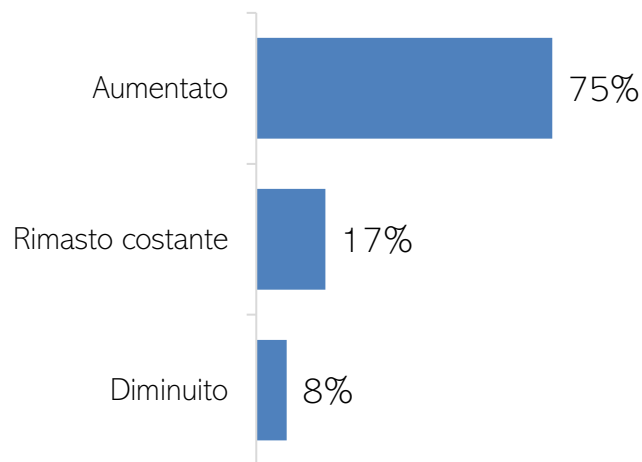


Base: 143 aziende

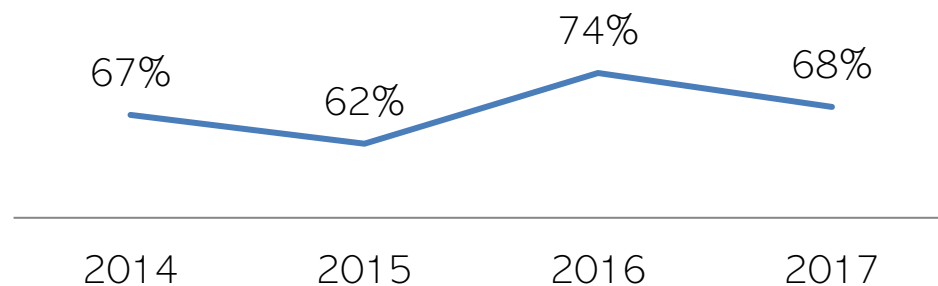
Dinamica del Fatturato Industriale

Si conferma molto positiva la dinamica del fatturato industriale, in crescita per i 3/4 delle aziende.

Andamento del fatturato 2018
(% di aziende)



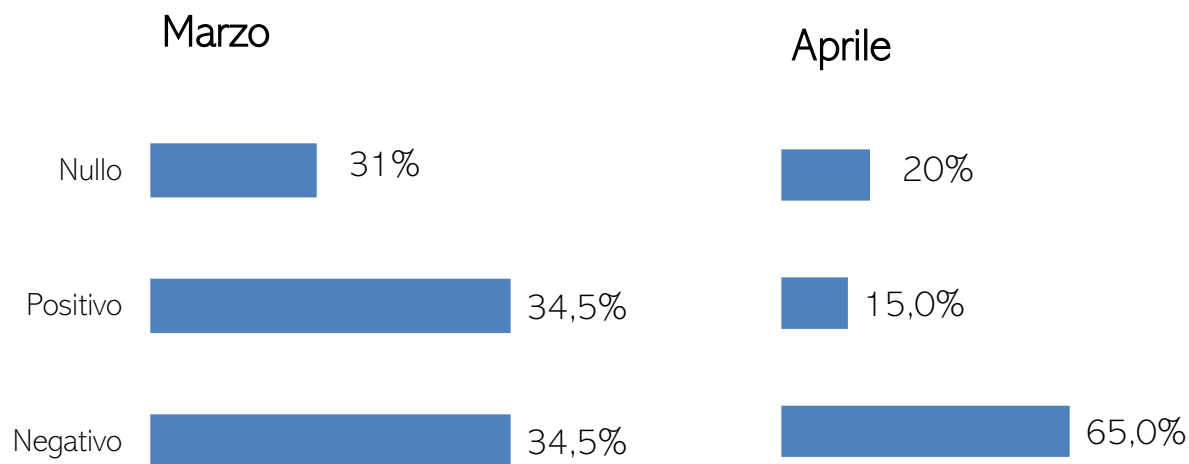
Trend aumento fatturato



Base: 143 aziende

Focus Covid-19: impatto sul fatturato

Nel mese di marzo 2020 rispetto a marzo 2019 l'impatto dell'emergenza è stato positivo o nullo per circa i 2/3 delle aziende, considerando che il mercato degli integratori ha registrato una crescita del 5,3% a valore e del 3,2% in unità rispetto allo stesso mese del 2019. Ad aprile i dati si invertono: il fatturato rispetto allo stesso mese del 2019 risulta negativo per circa i 2/3 delle aziende, in relazione all'andamento del mercato in calo rispetto allo stesso mese dell'anno scorso.

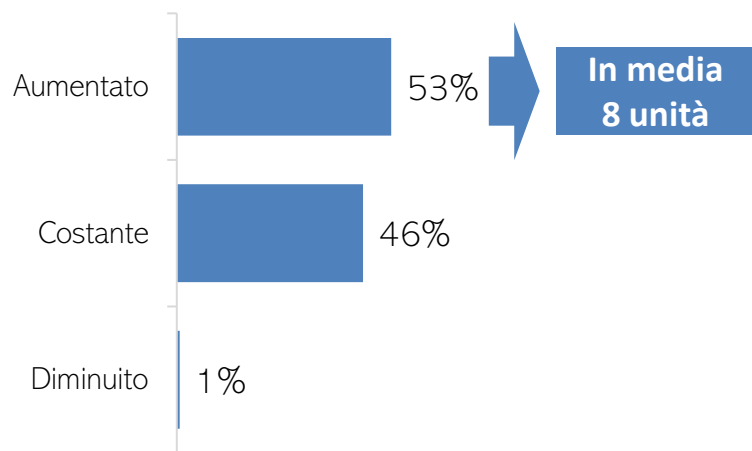


Base: 65 aziende

Dinamica dell'Occupazione

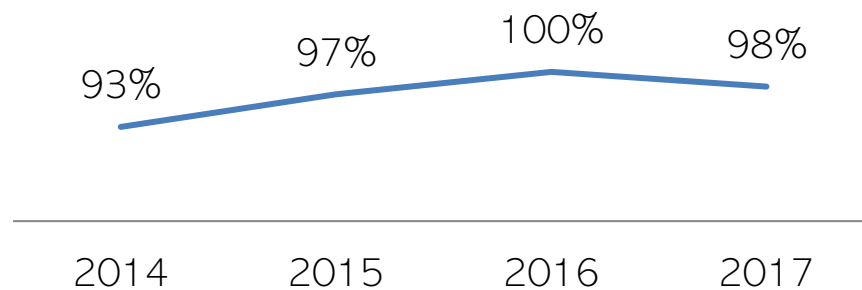
Si conferma positiva anche la dinamica dell'occupazione relativa al settore degli integratori alimentari, aumentata nel 2018 per il 53% delle aziende e in media di 8 unità. La percentuale di aziende che dichiara occupazione in aumento o costante è prossima al 100% negli anni ultimi 4 anni.

Andamento dell'occupazione nel
2018
(% di aziende)



Base: 143 aziende

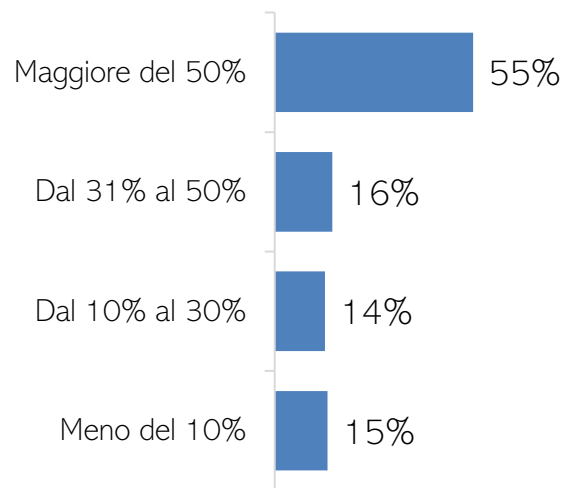
Occupazione in aumento o costante



Profilo aziendale

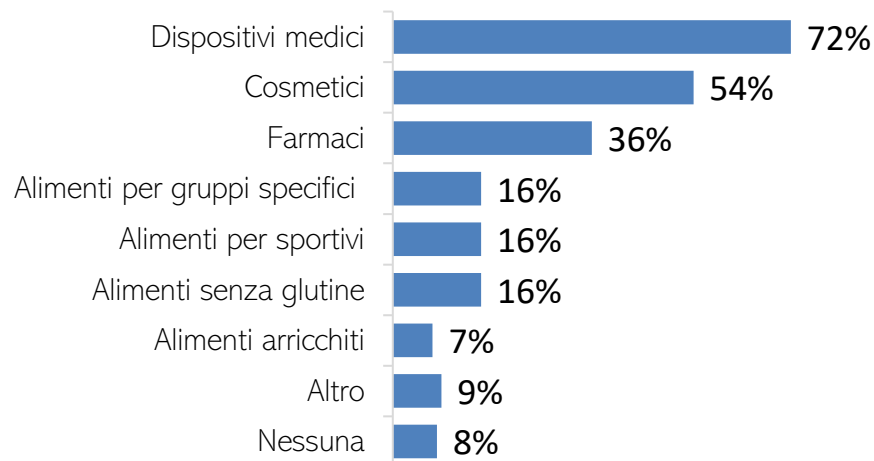
Alle aziende specializzate negli integratori si affiancano aziende di matrice alimentare, cosmetica e farmaceutica che hanno diversificato nel settore.

Incidenza del fatturato integratori sul totale



Base: 143 aziende

Categorie trattate oltre agli integratori
(% di aziende, possibili più risposte)

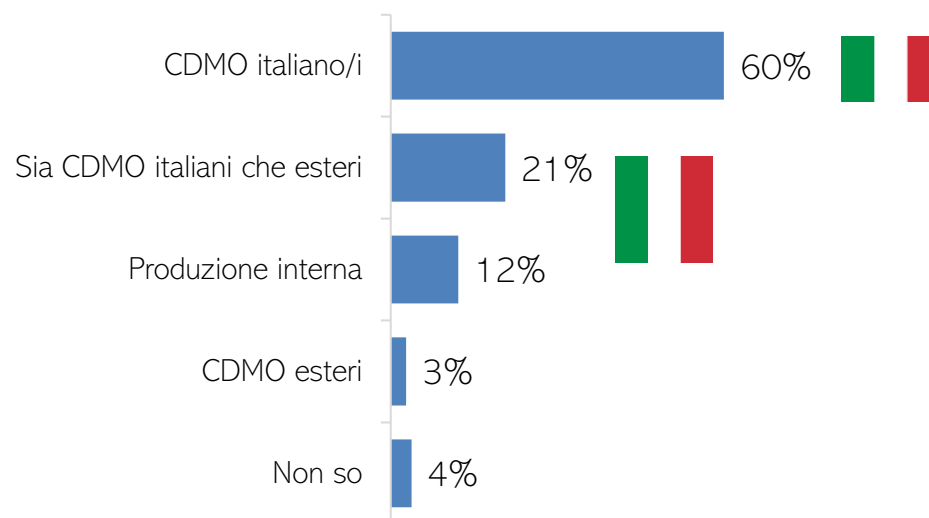


Base: 125 aziende

Modelli produttivi

Lo sviluppo e la produzione è realizzata prevalentemente attraverso CDMO (84%) e in Italia (72%).

Gli integratori alimentari che la sua azienda commercializza a marchio proprio sono prodotti prevalentemente:

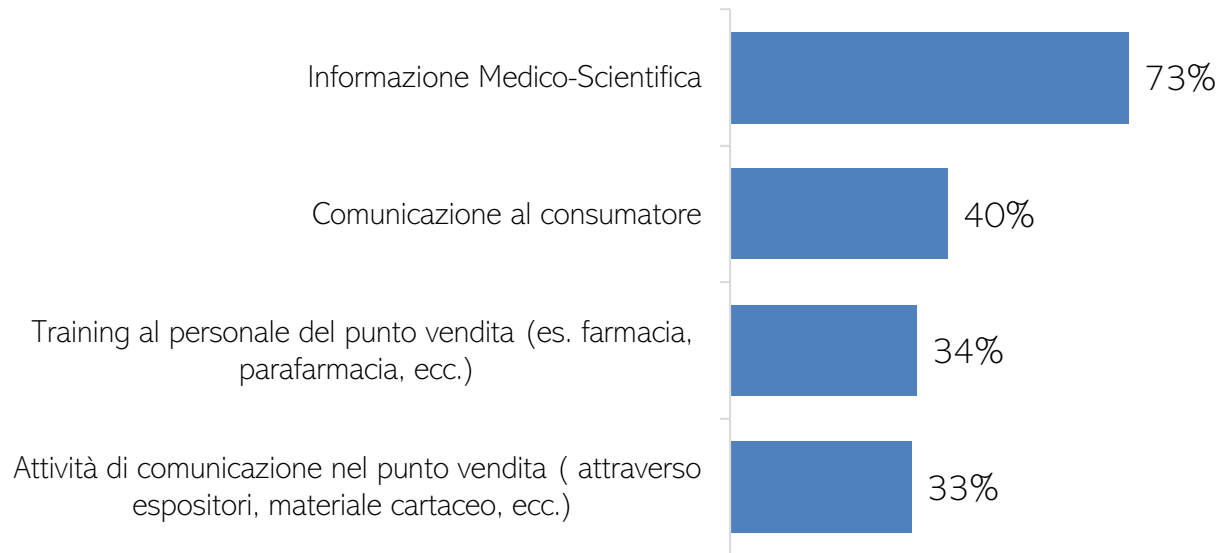


Base: 106 aziende a marchio

Modelli di promozione e informazione degli integratori alimentari

L'informazione Medico-Scientifica si conferma una caratteristica chiave del settore, insieme all'attività di comunicazione e formazione nel punto vendita e quindi in farmacia, principale canale di acquisto. Un ruolo importante riveste anche la comunicazione diretta al consumatore.

% di aziende, possibili più risposte

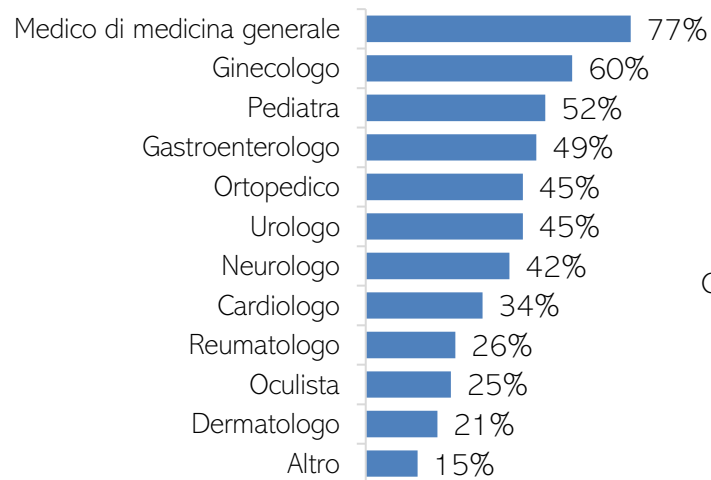


Base: 106 aziende a marchio

Medici visitati e modalità di svolgimento dell'attività di informazione scientifica

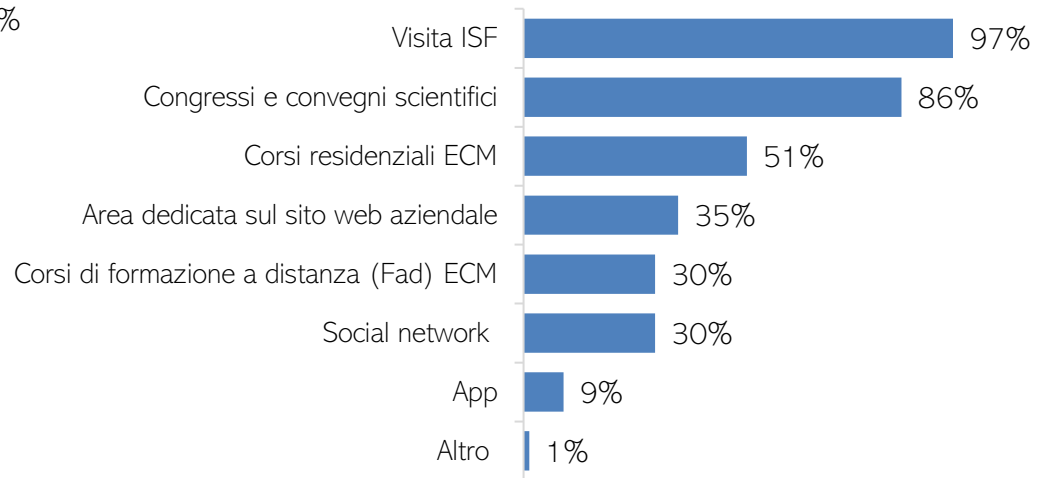
Medici di base, Ginecologi, Pediatri e Gastroenterologi sono i principali target medici a cui è rivolta l'informazione scientifica. La visita dell'informatore scientifico rimane la modalità maggiormente diffusa di comunicazione con i medici. Seguono congressi e convegni.

Categorie di medici a cui è rivolta l'informazione scientifica
(% di aziende, possibili più risposte)



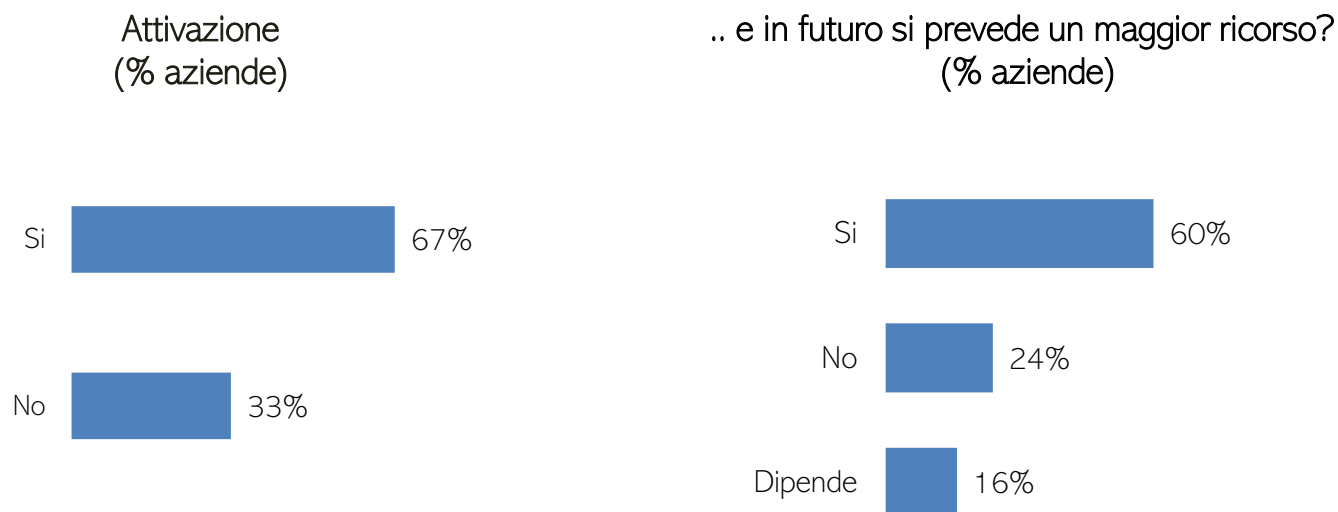
Base: 77 aziende a marchio

Modalità di svolgimento dell'attività di informazione scientifica ai medici
(% di aziende, possibili più risposte)



L'informazione medico-scientifica ai tempi del Covid-19

Nella fase di lockdown, 2/3 delle aziende hanno mantenuto la comunicazione con medici e farmacisti attraverso l'attivazione di strumenti / canali di comunicazione da remoto.



Base: 45 aziende

Centro Studi FederSalus, Indagine impatto Covid-19, seconda rilevazione periodo 23 aprile-6 maggio

L'informazione medico-scientifica ai tempi del Covid-19: tipologia di strumenti / canali di comunicazione da remoto attivati

Oltre a strumenti / canali di comunicazione da remoto più tradizionali (comunicazione telefonica, e-mail, WhatsApp e E-meetings), 1/3 delle aziende ha fatto ricorso anche all'E-detailing per contrastare il blocco dell'attività di informazione scientifica rivolta a medici e farmacisti.

Strumenti/canali digitali attivati (% aziende, possibili più risposte)



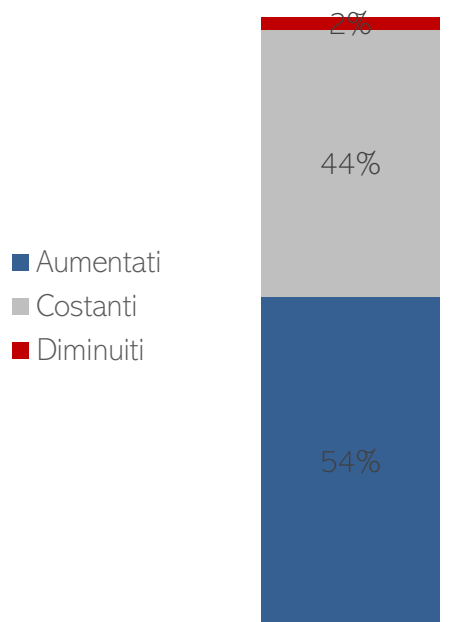
Base: 30 aziende

Centro Studi FederSalus, Indagine impatto Covid-19, seconda rilevazione periodo 23 aprile-6 maggio

Dinamica degli Investimenti

Il valore degli investimenti è in aumento per il 54% del campione. L'80% degli investimenti è impiegato in marketing e comunicazione, R&S, formazione, impianti e nuovi macchinari. La maggior parte delle aziende segnala investimenti nel settore che si collocano nella fascia tra il 5 e il 10% del fatturato integratori.

Trend Investimenti
vs anno precedente



Come si suddivide il valore complessivo degli
investimenti

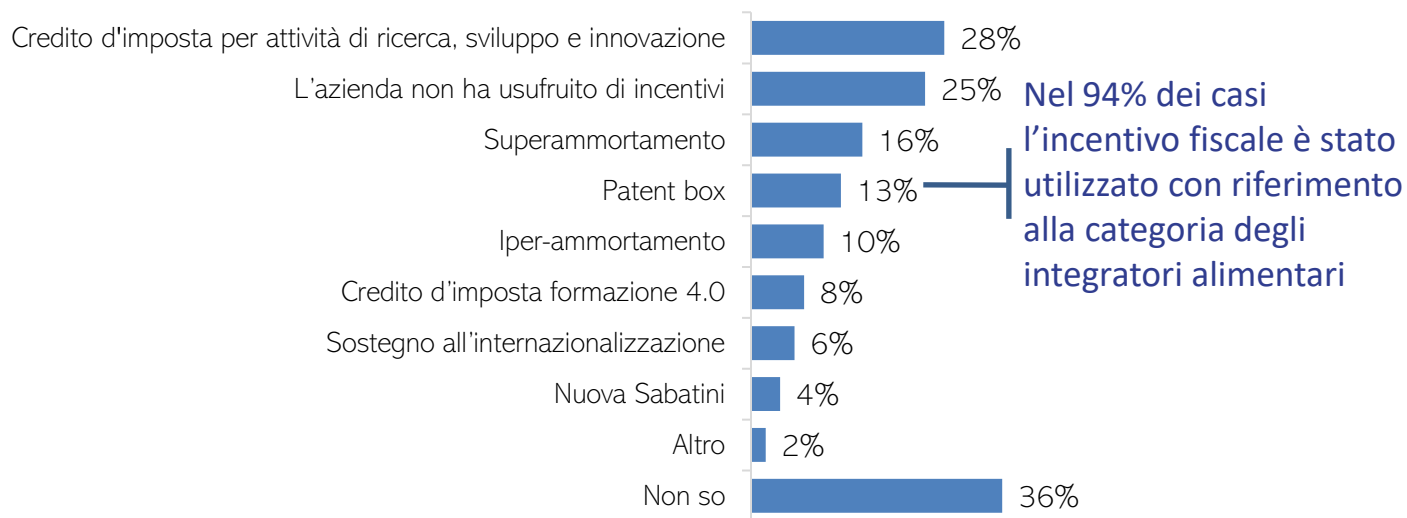


Base: 143 aziende

Utilizzo degli incentivi per gli investimenti

Il credito d'imposta per attività di ricerca e sviluppo è l'incentivo più utilizzato dalle aziende.

Tipologia di incentivi utilizzati nel 2018
(% di aziende, possibili più risposte)

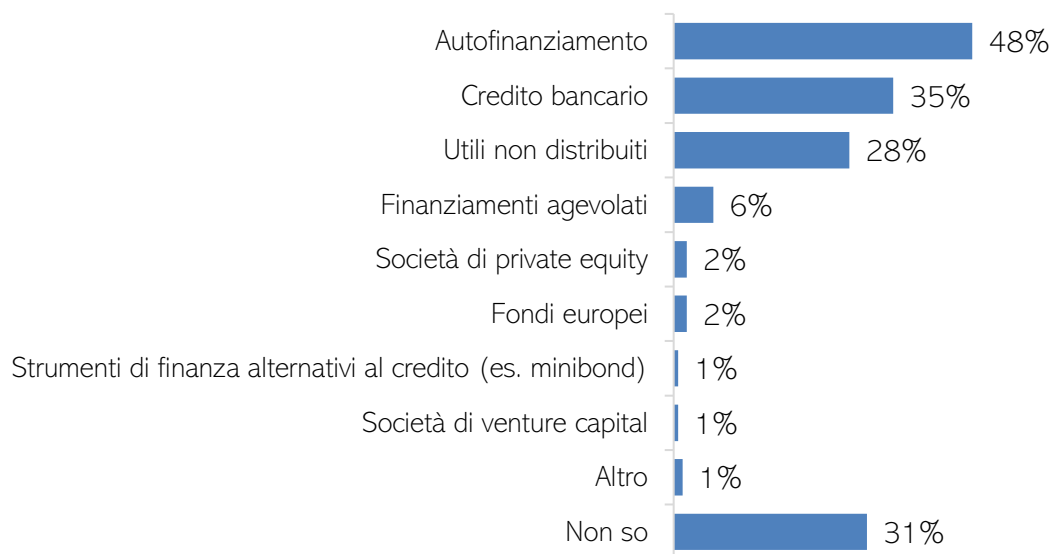


Base: 143 aziende

Fonti di finanziamento

L'autofinanziamento è la fonte principale di finanziamento a cui hanno fatto ricorso quasi la metà delle aziende. Seguono il credito bancario e gli utili non distribuiti.

Fonti di finanziamento
(% di aziende, possibili più risposte)



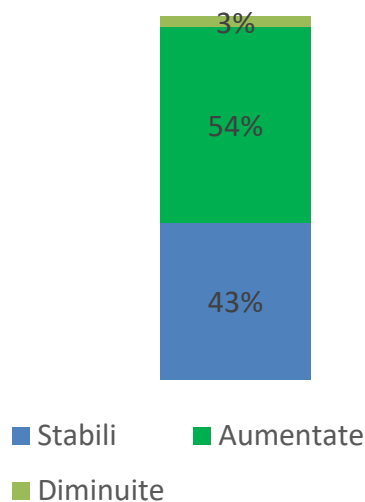
Base: 143 aziende

Centro Studi FederSalus, V rilevazione

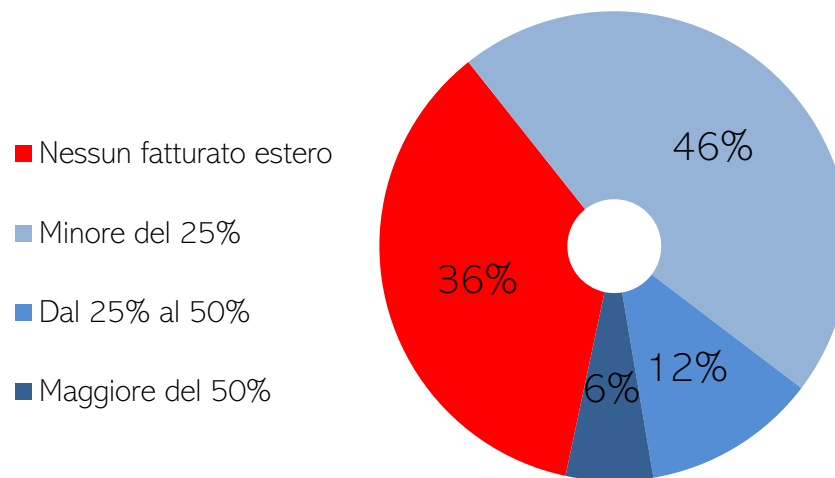
Rilevanza dell'export e delle altre attività estere

Export in aumento per oltre metà delle aziende. Il 64% del campione dichiara attività estere, ma l'incidenza sul fatturato totale è comunque inferiore al 25% per la maggior parte delle aziende che operano all'estero.

Rispetto ad un anno fa, le attività estere della sua azienda sono:



La quota del fatturato rappresentata dalle attività estere è:



Base: 143 aziende, 92 con attività estere

Incidenza dell'export sul totale fatturato del settore

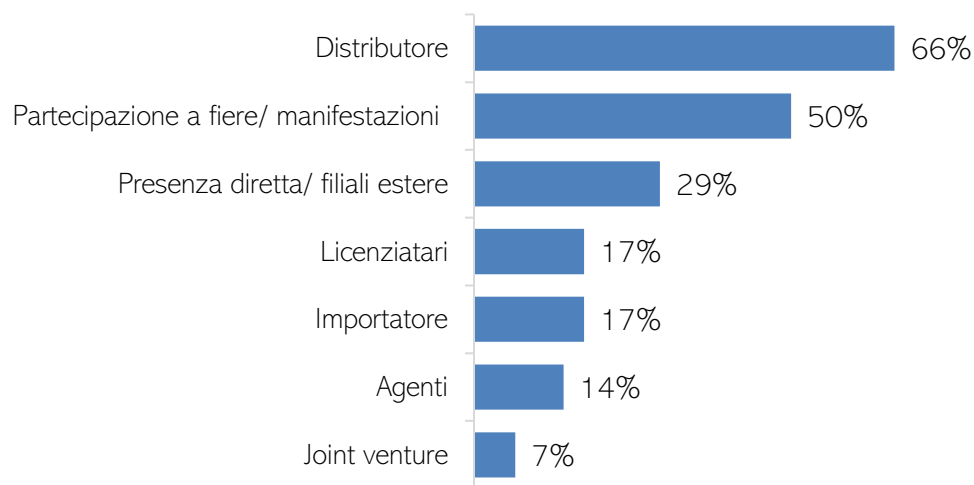
L'export 2018 è pari a 735 milioni di euro ed incide complessivamente per il 20,1% del fatturato industriale del settore. Le aziende di produzione in conto terzi e di materie prime presentano un'incidenza dell'export sul fatturato maggiore della media del settore e con riferimento alle aziende a marchio. Ci sono comunque margini di crescita per l'export del settore che si colloca in termini percentuali sotto il valore medio 2018 a livello Italia, pari al 32,1% (rapporto export / Pil).

| Categoria di aziende | Fatturato industriale del settore (milioni di euro) | Export (milioni di euro) | Export in % del fatturato industriale del settore |
|----------------------|---|--------------------------|---|
| Aziende a marchio | 2.842 | 433 | 15,2% |
| CDMO e materie prime | 819 | 302 | 36,9% |
| <i>Totale</i> | 3.661 | 735 | 20,1% |

Modalità attraverso cui le aziende operano nei mercati esteri

Circa i 2/3 delle aziende opera nei mercati esteri attraverso un distributore e, a seguire, partecipando a fiere e manifestazioni.

Può indicarci le modalità attraverso cui la sua azienda opera nei mercati esteri?
(% di aziende, possibili più risposte)

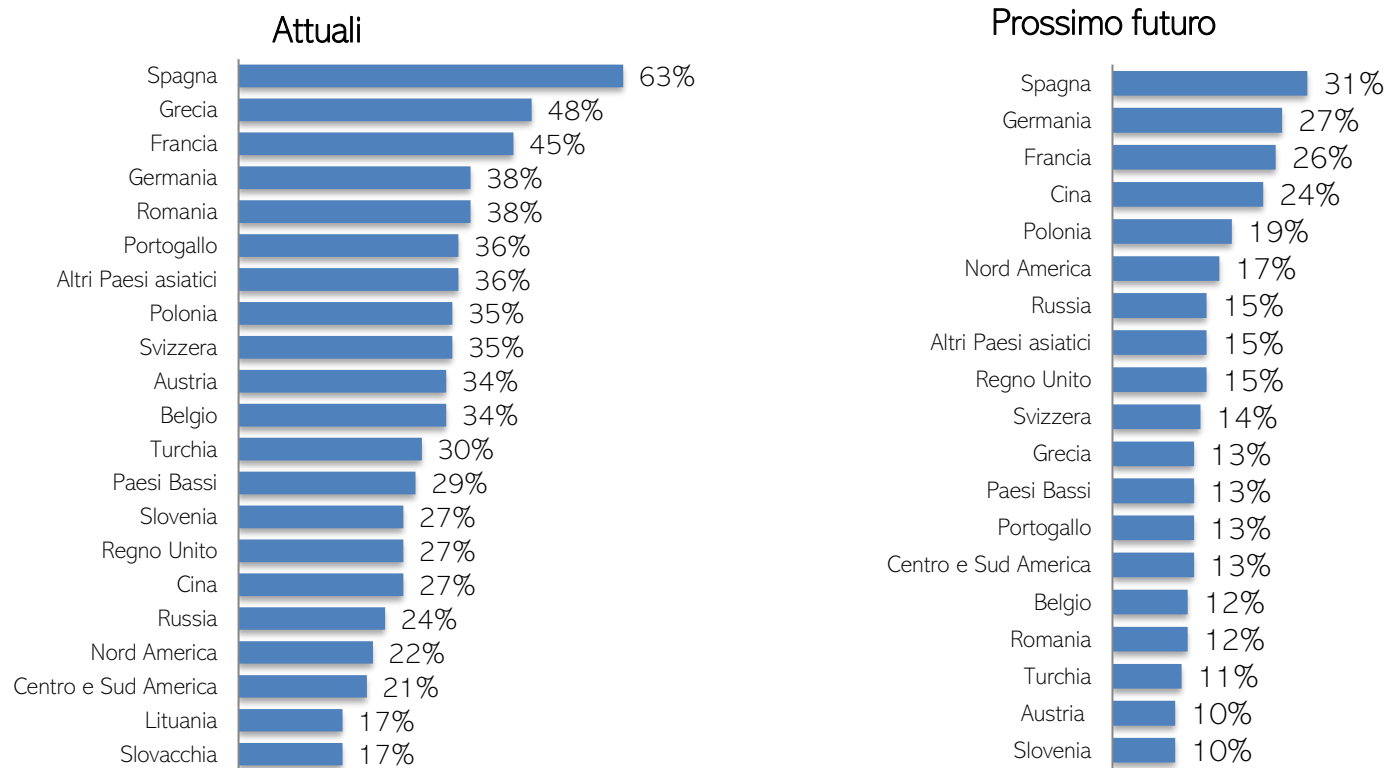


Base: 92 aziende con attività estere

Mercati esteri verso cui si orientano le attività delle aziende

In prospettiva emerge un maggiore interesse verso mercati extra-europei: Cina, Nord America, Russia.

In quali Paesi esteri la sua azienda opera direttamente o indirettamente? E in prospettiva ?
(% di aziende, possibili più risposte)
Principali mercati

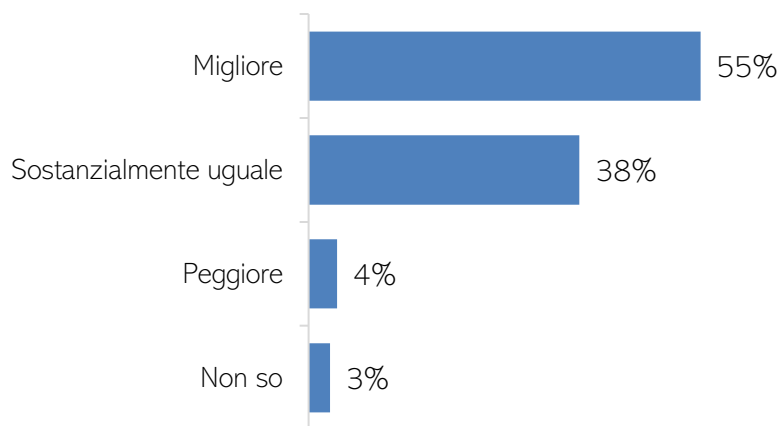


Base: 143 aziende, 92 con attività estere attuali

Sentiment delle aziende

La situazione del settore in futuro è attesa come migliore per oltre la metà delle aziende. Solo una minoranza di aziende ritiene che vi sarà un peggioramento della situazione in futuro.

Pensando in prospettiva, secondo lei da qui ad un anno la situazione delle aziende che operano nel settore degli integratori alimentari sarà (% di aziende):



Base: 143 aziende

Rapporto curato da:

Giuseppe Marinò (g.marino@federsalus.it)

Stella Poce (s.poce@federsalus.it)

Centro Studi FederSalus

Via Brenta 2/A 00198 – Roma

Tel. +39 06 54221967

www.federsalus.it