

Integratori alimentari: il mercato e il consiglio del medico

a cura di FederSalus



**Pdf integrale
Position Paper
Integrazione Alimentare**
bit.ly/positionpaper_integrazionealimentare

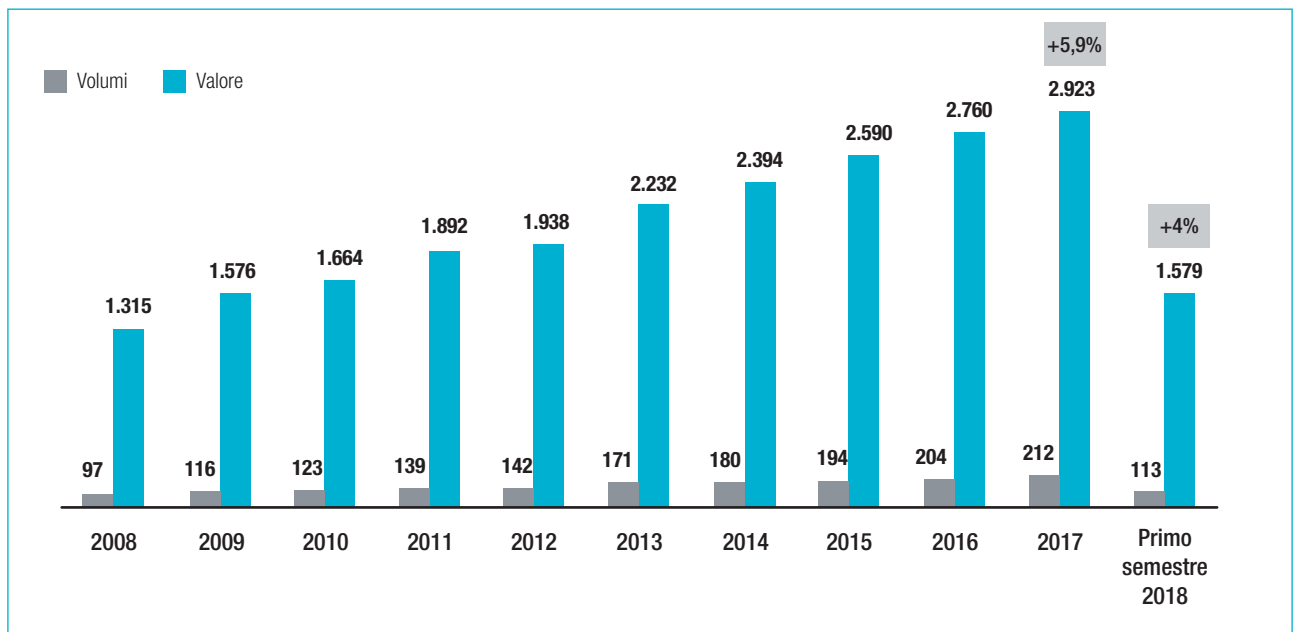
Il mercato degli integratori alimentari è cresciuto negli ultimi anni raggiungendo, a fine 2017, un valore prossimo ai 3 miliardi¹ di euro per un totale di 212 milioni di confezioni vendute, con una crescita a valore 5,9%. La crescita è continuata anche nel primo semestre del 2018 con un trend positivo a valore del 4% rispetto allo stesso semestre dell'anno precedente, raggiungendo circa 1,6 miliardi di euro (Fig. 1). A fine 2017 il 91,2% del valore totale del

mercato degli integratori viene generato in farmacia dove gli integratori alimentari rappresentano la seconda categoria per ricavi dopo il farmaco etico. Il restante 8,8% delle vendite è realizzato nella grande distribuzione organizzata, inclusi i corner pharma all'interno di ipermercati e supermercati. In farmacia, dopo la più tradizionale area delle vitamine e minerali si evidenziano ambiti d'impiego più specifici: ad esempio l'ambito del benessere intestinale,

cardiovascolare e muscolo-scheletrico (Fig. 2). L'aumento dell'aspettativa di vita e dell'età media della popolazione, la crescente attenzione posta alla prevenzione e quindi al benessere derivante da stili di vita e alimentari corretti, insieme allo sviluppo delle moderne tecnologie alimentari, hanno promosso l'interesse verso gli integratori alimentari e stimolato la ricerca in quest'area.

FIGURA 1.

Andamento del mercato (Fonte: elaborazioni dati Nielsen Scantrack Totale Farmacia, Parafarmacia e GDO per il periodo 2008-2012 e dati New Line Ricerche di Mercato e IRI, Farmacia e GDO, inclusi i corner pharma all'interno di ipermercati e supermercati per il periodo 2013-2017).



¹ Nella visione del mercato a fine 2017 sono considerate le vendite in farmacia e GDO. Non sono invece considerate le vendite delle erboristerie, delle parafarmacie e le vendite online.

FIGURA 2.

Le principali aree di integratori alimentari in farmacia (Fonte: elaborazioni dati New Line Ricerche di mercato, canale farmacia MAT DICEMBRE 2017).

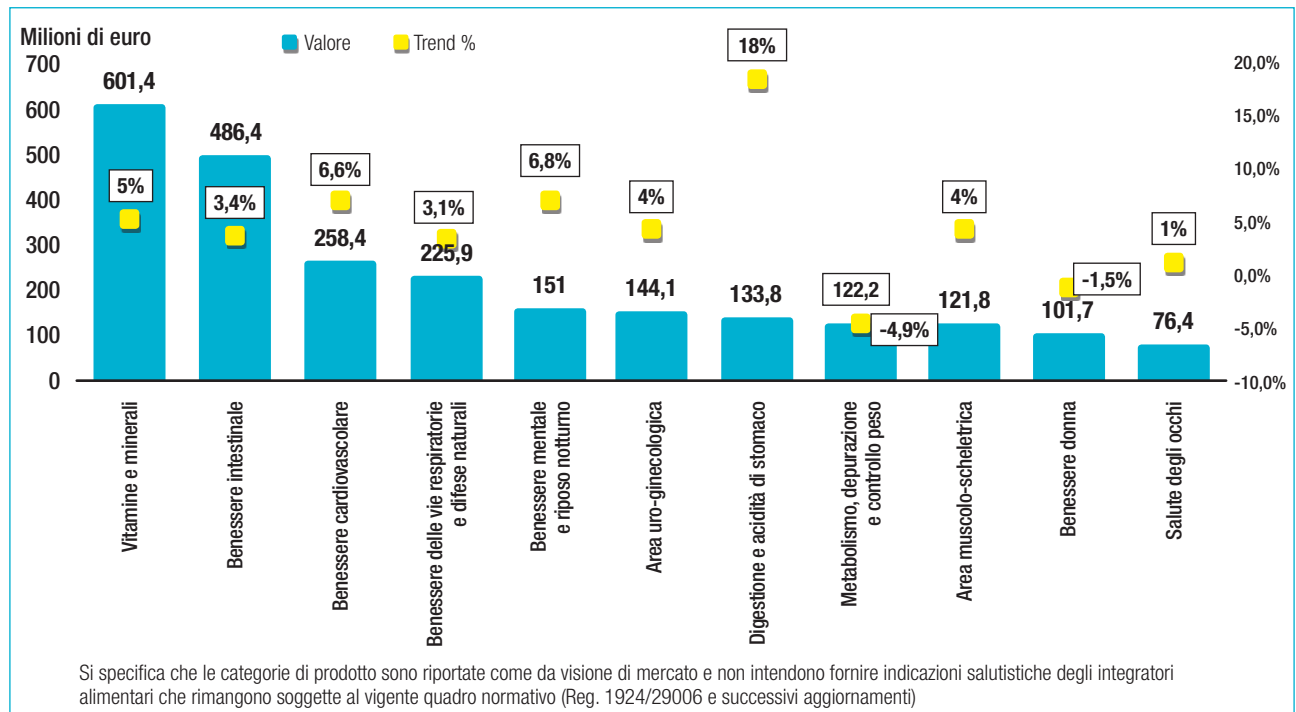
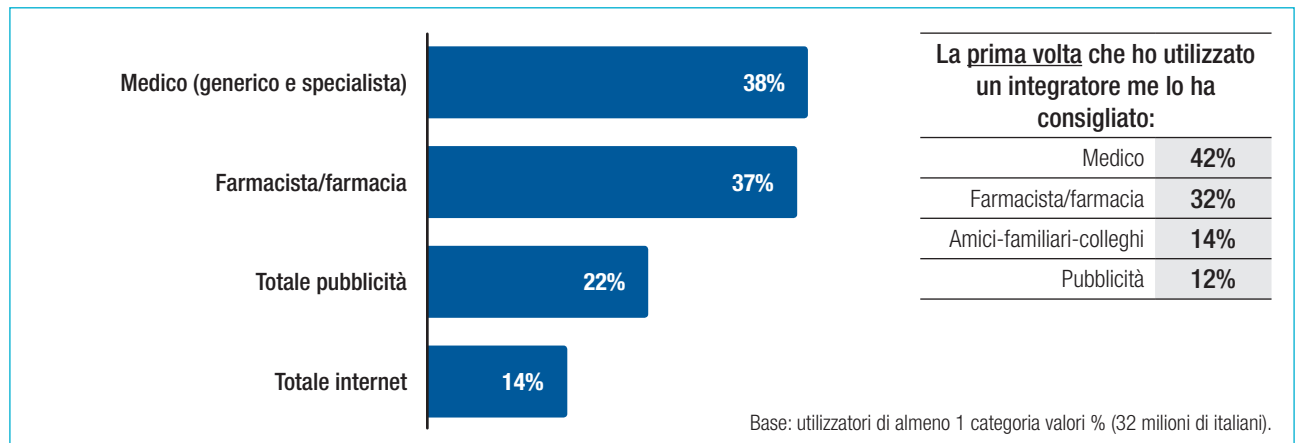


FIGURA 3.

Le figure di riferimento per il consumatore (possibili più risposte) (Fonte: elaborazioni FederSalus da GfK Food Supplements Monitor 2017).



In risposta al bisogno di promuovere il benessere e prevenire piccoli problemi di salute si è iniziato sempre più ad adottare comportamenti e stili di vita salutari (attenzione all'alimentazione, movimento) e a utilizzare gli integratori alimentari. In base a recenti rilevazioni², il 65% della popolazione adulta, 32 milioni di italiani, ha utilizzato un integratore,

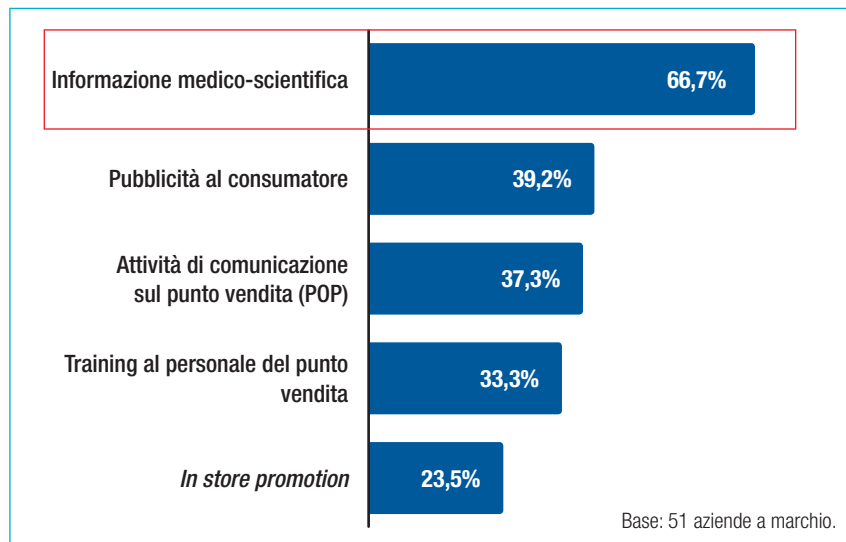
² GfK Food Supplements Monitor 2017 per FederSalus.

con oltre i 2/3 dei consumatori che li considera sicuri ed efficaci. Mediamente ogni persona ha utilizzato 2,5 tipologie d'integratori. Il mercato degli integratori, in base alla visione espressa dai consumatori, può essere diviso in due categorie: un mercato tradizionale e consolidato nell'utilizzo che risponde a una logica di sostegno del tono, di rinforzo energetico e di benessere accanto a un mercato più innovativo e in evoluzione che risponde a bisogni più

complessi come "disturbi" specifici (es. "disturbi" intestinali e delle vie urinarie) e a una logica di "prevenzione" (es. cardiovascolare, ossa, articolazioni). L'integratore alimentare, per definizione fonte concentrata di sostanze nutritive e di altre sostanze aventi un effetto nutritivo e fisiologico, può svolgere un ruolo chiave nella fase della prevenzione primaria e nell'ambito di un corretto stile di vita, favorendo il mantenimento dello stato di salu-

FIGURA 4.

Modelli aziendali d'informazione e comunicazione degli integratori alimentari (possibili più risposte) (Fonte: Centro Studi FederSalus indagine 2017).



te. A tale proposito è cruciale il ruolo del medico di medicina generale (MMG), che rappresenta la prima figura di riferimento

per i consumatori d'integratori alimentari. Il 38% di essi si fa consigliare dal medico. L'ambulatorio degli MMG rappresenta un

importante punto di riferimento per i cittadini, dove poter ricevere ascolto, informazioni e supporto (Fig. 3).

Il consiglio del medico è quindi fondamentale per un utilizzo corretto degli integratori alimentari, anche per evitare il "fai da te" alimentato talvolta da ricerche su internet, che non sempre possono essere considerate attendibili. Occorre poi ricordare che l'informazione medico-scientifica costituisce una caratteristica chiave per le aziende che operano nel settore (Fig. 4).

FederSalus è ampiamente impegnata in attività volte a migliorare le conoscenze scientifiche del medico sul tema degli integratori alimentari. Accanto al recente position paper sul ruolo degli integratori alimentari dedicato ai MMG, si colloca il progetto formativo/informativo IntegrINforma, promosso da FederSalus e Integratori Italia - AIIPA e gestito da Edra, che ha l'obiettivo di fornire al MMG – attraverso una specifica rivista digitale e un percorso di formazione ECM – informazioni consolidate, aggiornate e strutturate sugli integratori alimentari.