

INTEGRATORI, MERCATO ALLA PROVA DELLA CRONICITÀ

Il business continua a salire in Italia, ma la vera sfida per i produttori è rappresentata dalla definitiva consacrazione come presidi sanitari. Intervista ad Andrea Costa, presidente di Federsalus

▲ A cura della redazione
di AboutPharma and Medical Devices
redazione@aboutpharma.com

Il mercato è vivace e si vede. Secondo Federsalus, nel 2017 ha generato un valore di circa tre miliardi di euro con riferimento ai soli canali farmacia (91,2%) e Gdo (8,8%) e ha registrato una crescita nell'ultimo anno del 5,9%. In farmacia gli integratori sono i prodotti più venduti subito dopo i farmaci etici e hanno scavalcato anche i generici e i Sop, riportando il più alto tasso di crescita (+5,5%). Andrea Costa, presidente di Federsalus, parla del dinamismo del settore e delle prospettive future.

Come commenta la vitalità del settore?

Il settore degli integratori alimentari sta vivendo una stagione positiva per diversi aspetti.

La popolazione italiana negli ultimi anni si è dimostrata interessata grazie alla diffusione di una maggiore informazione e consapevolezza e a una crescente attenzione verso la prevenzione e il benessere. Il medico e il farmacista risultano figure centrali a cui richiedere consigli utili, rispettivamente nel 38% e nel 37% dei casi. Il medico di medicina generale è la prima figura di riferimento per i consumatori di integratori che rappresentano il 65% della popolazione italiana. Altro importante counselor della salute è il farmacista.

Il mercato americano sembra essere più ricettivo rispetto a quello europeo. Come mai? Quali sono a suo

dire le barriere che impediscono una diffusione come avviene negli Usa?

È doveroso segnalare che i mercati europeo e statunitense sono completamente differenti per dimensioni, regole, tipologia di consumatore e canali di vendita e quindi difficilmente paragonabili. Il mercato statunitense costituisce un riferimento per ricettività, dimensione e distribuzione. Se si considera tuttavia il tasso di crescita medio annuo del mercato europeo, si riscontra un 4% nel periodo 2009-2016, e statunitense (+5,3% nel 2008 - 2017), ne consegue che Stati Uniti ed Europa presentano i trend di mercati maturi.

Di fronte a questo scenario tuttavia in Ue la normativa non completamente armonizzata non consente una spinta alla crescita del mercato europeo.

In farmacia gli integratori sono tra le principali categorie di prodotti venduti. Gli elementi chiave di un trend positivo così importante?

Il primo elemento chiave è il ruolo di counselor del farmacista volto alla costruzione di un rapporto basato sulla fiducia e la conoscenza del cliente. L'autorevolezza del canale inoltre conferma la farmacia come luogo privilegiato per l'acquisto. La collaborazione tra aziende e professionisti inoltre è importante per trasmettere quei valori di qualità e innovazione che caratterizzano i prodotti e che vanno incontro alle esigenze di un consumatore.



In un paese come il nostro che sta invecchiando, che ruolo si ritaglieranno gli integratori alimentari nel prossimo futuro?

Secondo dati Istat sul totale della popolazione italiana si registra una quota del 22% di over 65 rispetto al 18% della media Ue. Inoltre l'Istat prevede un aumento fino al 33% nel 2045. In questo scenario demografico risulta molto probabile l'incremento delle patologie croniche. La sfida principale per la sanità pubblica sarà dunque quella della prevenzione e del mantenimento in salute delle persone: uno scenario nel quale l'integratore alimentare può giocare un ruolo importante purché basato sull'evidenza scientifica. ▲

Parole chiave
Integratori alimentari, Ssn
Aziende/Istituzioni
Federsalus, Istat