



## Prima indagine del Centro Studi Integratori & Salute in collaborazione con Intesa Sanpaolo e Mediobanca

### SETTORE RESILIENTE E IN SALUTE NONOSTANTE LE SFIDE DELLA PANDEMIA E DEL NUOVO CONTESTO GEOPOLITICO: ITALIA PRIMO MERCATO DEGLI INTEGRATORI IN EUROPA CON PREVISIONE DI CRESCITA A 5 MLD ENTRO IL 2025

- Il 52% delle aziende non ha risentito dell'impatto della pandemia sul business, nonostante le difficoltà
- Il 61% investe su digitalizzazione e innovazione
- Per il 52% la sostenibilità è un tema cruciale e sempre più rilevante
- L'aumento dei costi dell'energia, logistici e delle materie prime preoccupa le aziende
- I canali di vendita offline restano i privilegiati dai consumatori, che si affidano al consiglio medico e del farmacista
- Per Intesa Sanpaolo, imprese in accelerazione: + 26,6% di fatturato in termini mediani registrato dalle aziende di più recente costituzione tra il 2019 e il 2021
- Per Mediobanca, l'Italia è il primo grande mercato degli integratori alimentari in Europa con la previsione di crescita fino a 5 miliardi di euro entro il 2025

Milano, 14 settembre 2022. Il mercato italiano degli integratori alimentari si dimostra essere, pur in uno scenario globale critico, **dinamico e vivace**, in grado di affrontare le numerose sfide dovute alla costante evoluzione del contesto geopolitico e sanitario. È quanto emerge dai risultati **dell'indagine di settore "Aggiornamenti sull'impatto della pandemia da Covid-19 sul mercato"** a cura del Centro Studi Integratori & Salute, l'associazione nazionale che rappresenta il comparto degli integratori alimentari e che è parte di Unione Italiana Food, associazione aderente al sistema Confindustria. L'evento di presentazione dei dati della ricerca ha visto la partecipazione della Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo e dell'Area Studi Mediobanca.

*"Le imprese, dopo una buona tenuta nel 2020, hanno mostrato **un'accelerazione nel 2021**, grazie a una crescita diffusa di tutte le classi dimensionali e al traino delle imprese di più recente costituzione – spiega Giovanni Foresti, Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo – le aziende fondate dopo il 2010 hanno, infatti, registrato un aumento del fatturato in termini mediani pari al 26,6% tra il 2019 e il 2021. Al contempo la marginalità e la patrimonializzazione si sono ulteriormente rafforzate: nel 2021 la mediana dell'EBITDA margin ha toccato il 13,2%, mentre il patrimonio netto in percentuale del passivo è salito al 45%; si tratta di livelli di assoluta eccellenza nel panorama economico italiano".*

*"L'Italia vanta importanti primati, tra cui quello di avere **il più grande mercato degli integratori alimentari in Europa**, oltre un quarto del suo totale, con attese di sfiorare i 5 miliardi di vendite nel 2025. – Dichiarò Gabriele Barbaresco, Responsabile Area Studi Mediobanca. – In effetti, per gli integratori alimentari, le prospettive di crescita mondiale sono molto favorevoli: quasi l'8% di crescita media annua, per un mercato globale vicino ai 240 miliardi dollari nel 2027. La finanza è interessata a sostenere questo processo: il 2021 ha segnato negli Stati Uniti il record di operazioni nel settore degli integratori, con i fondi di private equity che da soli hanno originato oltre il 30% dei deal. I multipli sono generosi: 11,5 volte l'ebitda, ma nel caso di eccellenze ci si avvicina a 20 volte".*



**Germano Scarpa, Presidente Integratori & Salute,** commenta: *“Nel processo di sviluppo, le aziende sono consapevoli che dovranno tener conto anche di nuove sfide determinate da: emergenza ambientale, espansione dei processi di digitalizzazione, e-commerce ed evoluzione della comunicazione sempre più proiettata all’omnicanalità. La nostra filiera si è mostrata resiliente e in salute, evidenziando dinamiche positive nel fatturato, nella produzione in generale, nell’occupazione e negli investimenti, in particolare in ambito digitale. Tuttavia, il nuovo contesto geopolitico legato alla guerra Russia-Ucraina continuerà ad avere fortissime ripercussioni su tutti i comparti industriali e produttivi. Per il nostro settore quindi l’aumento di costi/tempistiche legati alla produzione degli integratori, la logistica, la sostenibilità e la digitalizzazione rappresentano le principali sfide del futuro”.*

L’indagine\*, a cui hanno risposto 84 aziende associate di prodotti a marchio (69% delle rispondenti), in conto terzi (26%) o entrambi (5%), è nata con l’obiettivo di valutare l’impatto dovuto alla persistenza della pandemia da Covid-19 sul mercato degli integratori nel 2021, le esigenze e le aspettative delle aziende per il futuro tenendo conto del contesto geopolitico attuale.

### **L’impatto della pandemia non compromette il fatturato delle aziende**

Il mercato italiano degli integratori alimentari ha raggiunto ormai i **4 miliardi di euro** e, peraltro, rappresenta un’eccellenza in termini di occupazione femminile ad alta professionalizzazione, know-how produttivo e ricerca & sviluppo. Dall’indagine è emerso che nonostante il **70% del campione dichiara che la pandemia abbia ancora un impatto sulla propria azienda, il 52% ha riportato una dinamica positiva del fatturato.**

### **I driver degli investimenti: digitalizzazione e innovazione**

L’emergenza sanitaria ha accelerato i processi di digitalizzazione e innovazione di molte aziende italiane, tra le quali anche quelle operanti nel settore degli integratori alimentari; ben il **61% infatti, ha dichiarato di aver investito a livello industriale. Tra gli ambiti di azione, al primo posto le aziende mettono l’integrazione e lo sviluppo digitale dei processi aziendali (43%), seguito dagli strumenti digitali per la gestione dell’informazioni medico-scientifica (28%), internet delle cose e delle macchine (20%), strumenti digitali per la gestione della relazione con il farmacista (8%).** Risultati che confermano l’atteggiamento positivo delle aziende davanti alle sfide del futuro arrivano anche dalle assunzioni. **Il 71% delle aziende dichiara, infatti, di aver ampliato il proprio organico nel 2021.**

Nonostante la pandemia abbia comportato ritardi (38%), riadattamenti (23%) e in alcuni casi interruzioni (6%) di lanci di prodotto, **il 33% delle aziende non ha subito battute d’arresto, continuando a lavorare su nuove soluzioni.**

### **E-commerce? I consumatori preferiscono il consiglio del farmacista**

Il consumatore di integratori alimentari è responsabile e attento. Il consumo di questi prodotti è sostenuto, infatti, nella maggior parte dei casi dal parere di esperti. **Farmacista (45%) e medico (36%)** rimangono le **principali fonti informative** a cui ci si rivolge<sup>1</sup>. La ricerca di settore ha evidenziato infatti che **il 51% delle aziende rispondenti non utilizza l’e-commerce per la vendita dei propri prodotti e il 46% non prevede l’utilizzo di questo canale neanche in futuro,** mentre il restante 54% si dimostra aperto all’opportunità: attraverso il sito aziendale (22%), marketplace (16%) o portali specializzati (16%). Chi nel 2021 ha, invece, abbracciato il canale online afferma di averlo utilizzato per la vendita di integratori su **diversi mercati: italiano (30% dei rispondenti), estero (4%), entrambi (15%).**

<sup>1</sup> Fonte: Ricerca Kantar 2021



*“I nostri consumatori sono estremamente attenti alle indicazioni e ai suggerimenti dati dagli esperti per cui, pur accogliendo la spinta alla digitalizzazione, il trend evidenziato è che il canale offline delle aziende rimane al primo posto, segno del ruolo incontrastato del canale farmacia e parafarmacia - Spiega il **Presidente Scarpa**. – La pandemia comunque ha certamente portato a un’accelerazione digitale mantenendo costante il ruolo di primo piano della relazione tra il consumatore e il proprio farmacista o medico curante.”*

### **Le aziende del comparto impegnate verso una maggiore sostenibilità ambientale e sociale**

**Per l’84% delle aziende rispondenti, la sostenibilità è un tema cruciale e per il 52% avrà un ruolo sempre più rilevante in futuro.** Nel corso del 2021, gli investimenti sono stati soprattutto a livello di **packaging (27%), sicurezza e salute dei dipendenti (24%)**, seguiti da interventi in termini di processo produttivo (16%), materie prime (16%) e welfare aziendale (15%). Questo evidenzia un generale impegno delle aziende del settore a perseguire gli obiettivi di **sviluppo sostenibile**, in particolare attraverso azioni di responsabilità sociale e di riduzione dell’impatto ambientale.

### **Prospettive e sfide per il futuro**

Il nuovo **contesto geopolitico** legato al conflitto Russia-Ucraina, che si è aggiunto all’emergenza sanitaria, ha determinato nel corso dell’anno dei cambiamenti ormai strutturali. Le aziende dovranno far fronte a un aumento dei **costi sia a livello energetico di produzione, trasporti, materie prime e packaging che di analisi sulla qualità delle materie prime** per garantire sicurezza e conformità alle normative. *Allo stesso tempo, la crisi impatta anche le tempistiche di produzione e l’approvvigionamento delle materie prime.*

\*Indagine condotta su un campione di 84 aziende, distribuite su tutto il territorio nazionale (51% nord Italia, 19% centro e 14% sud). Si tratta nel 66% dei casi di micro o piccole aziende (<50 dipendenti), 26% medie aziende (50-249 dipendenti) e 8% grandi aziende (>249 dipendenti). Periodo oggetto dell’indagine: gennaio-dicembre 2021.

### **Integratori & Salute**

**Integratori & Salute** è l’associazione nazionale rappresentativa del settore degli integratori alimentari, nata, ad inizio 2022, dalla fusione tra FederSalus e Integratori Italia ed è parte di Unione Italiana Food. Con circa 200 aziende nazionali e multinazionali rappresentate su tutto il territorio italiano, Integratori & Salute è la prima associazione a livello europeo in termini di fatturato e rilevanza di mercato, che in virtù delle sue dimensioni e della sua rappresentatività si impegna a 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.

**Sito:** <https://www.integratoriebenessere.it/>

**Facebook:** <https://www.facebook.com/integratoriebenessere/>

### **Per ulteriori informazioni:**

**Ufficio stampa Integratori & Salute – Omnicom PR Group**

Angela Sirago – [angela.sirago@omnicomprgroup.com](mailto:angela.sirago@omnicomprgroup.com) – tel. 338 8875182

Luna Alessi – [luna.alessi@omnicomprgroup.com](mailto:luna.alessi@omnicomprgroup.com) – tel. 324 0110045

Celeste Vinci – [celeste.vinci@omnicomprgroup.com](mailto:celeste.vinci@omnicomprgroup.com)