

Focus territorio**Il settore degli integratori alimentari**

Gli integratori alimentari sono un comparto di recente specializzazione per l'Italia che in poco tempo ha scalato le classifiche dei principali esportatori mondiali, posizionandosi all'8° posto. Le imprese italiane del settore, grazie a una buona intensità innovativa e a un'elevata propensione a operare sui mercati internazionali, primeggiano nel confronto con gli altri settori in termini di crescita e redditività e hanno mostrato una buona tenuta durante la crisi. Le imprese si concentrano in particolare in Lombardia dove opera circa un terzo degli operatori specializzati in integratori alimentari ed è attiva quasi la metà della rete di fornitura del settore. Le attese e le prospettive si confermano buone, vista la crescente attenzione verso i temi della salute e del benessere che stanno interessando gli stili di vita dei consumatori.

La definizione di integratore alimentare**Il mercato italiano degli integratori alimentari****Il mercato mondiale degli integratori alimentari****La competitività italiana sui mercati internazionali****Come si spiegano i successi italiani?****Conclusioni****2****3****4****5****7****10****Luglio 2021****Direzione Studi e Ricerche****Industry Research****Giovanni Foresti**

Economista

Romina Galleri

Economista

Sara Giusti

Economista

La definizione di integratore alimentare

Prima di procedere con le analisi specifiche del settore, è opportuno definire che cosa si intende per "integratori alimentari": in Italia la normativa li definisce come **"prodotti alimentari destinati ad integrare la comune dieta** e che costituiscono una fonte concentrata di sostanze nutritive, quali le vitamine e i minerali, o di altre sostanze aventi un effetto nutritivo o fisiologico"¹. Gli integratori alimentari hanno lo scopo di correggere le carenze nutrizionali, mantenere un adeguato apporto di alcuni nutrienti o coadiuvare specifiche funzioni fisiologiche. L'uso è consigliato in caso di carenza di alcune sostanze, causata da un'alimentazione non corretta o da particolari situazioni. Esistono in commercio molti tipi di integratori che possono essere ricondotti a cinque principali aree: cardio-metabolica, muscolo-scheletrica, uro-ginecologica, gastrointestinale e del benessere mentale e prevenzione dell'invecchiamento. Tra le principali sostanze, si elencano i fermenti lattici, i sali minerali, le vitamine, gli acidi grassi, le proteine, gli estratti vegetali e le fibre. Benché gli integratori alimentari possano contribuire al benessere dell'organismo ottimizzando lo stato nutrizionale con l'apporto di nutrienti e sostanze aventi un'attività fisiologica, **non sono medicinali**, pertanto il loro uso non ha lo scopo di trattare le malattie.

Il consumatore non sempre ha chiara la distinzione tra integratori alimentari e farmaci: da una recente indagine condotta da GfK² per l'associazione di categoria Federsalus su un campione di circa 7.000 individui è emerso che vi è confusione nel definire gli integratori alimentari, probabilmente innescata dal fatto che le farmacie rappresentano il principale canale distributivo e che alcune imprese farmaceutiche operano anche nel comparto degli integratori. Tuttavia, la normativa è molto chiara: nell'UE gli integratori alimentari sono disciplinati come gli alimenti e in Italia le regole sono ancora più stringenti. Nel nostro paese il riferimento normativo principale è il Decreto Legislativo n. 169 del 21 maggio 2004 che attua la Direttiva Europea n. 46 del 2002. Agli integratori alimentari si applica anche il Regolamento Europeo n. 1924/2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari. L'immissione in commercio degli integratori alimentari è subordinata alla procedura di notifica elettronica dell'etichetta al Ministero della Salute, che può richiedere di apportare modifiche a tutela della salute e sicurezza del consumatore o, in casi estremi, il ritiro del prodotto dal commercio. In caso di esito positivo dei controlli il prodotto entra a far parte del Registro degli Integratori Alimentari, periodicamente aggiornato e pubblicato sul sito del Ministero della Salute³. L'impiego di estratti e preparati vegetali (botanicals) negli integratori alimentari è attualmente disciplinato dal decreto ministeriale del 10 agosto 2018, modificato il 9 gennaio 2019, a cui si aggiungono le linee guida ministeriali di riferimento per gli effetti fisiologici. Inoltre, in Italia gli integratori alimentari non possono essere prodotti negli stabilimenti farmaceutici al fine di garantire produzioni nettamente separate e gli stabilimenti nazionali di produzione e/o confezionamento devono essere preventivamente autorizzati dal Ministero della Salute. Questa regolamentazione ha favorito lo sviluppo di un virtuoso sistema tipicamente italiano, con la collaborazione tra le aziende di distribuzione (tra cui numerose farmaceutiche) e le aziende specializzate nella ricerca e sviluppo e produzione in conto terzi di integratori alimentari.

Cosa sono gli integratori: un doveroso distinguo

I riferimenti normativi

¹ Direttiva 2002/46/CE.

² GfK, Food Supplements Monitor 2017.

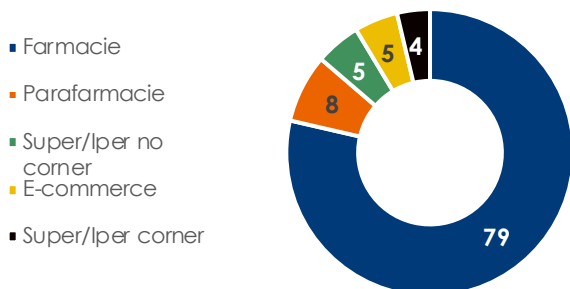
³ https://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=italiano&id=3668&area=Alimenti%20particolari%20e%20integratori&menu=registri

Il mercato italiano degli integratori alimentari

Il mercato degli integratori alimentari ha raggiunto in Italia il valore di circa **4 miliardi di euro** per un totale di oltre **280 milioni di confezioni vendute**⁴. Il principale canale di vendita si conferma la farmacia con una quota pari a circa l'80%, seguita dalla grande distribuzione, dalla parafarmacia e dall'e-commerce che si è rafforzato ulteriormente nell'ultimo anno (Figg. 1 e 2).

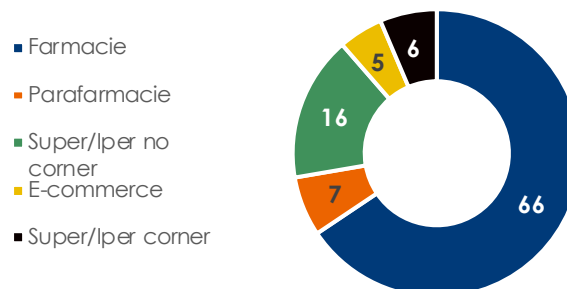
Come è strutturato il mercato domestico nei diversi canali...

Fig. 1 – Composizione del mercato italiano degli integratori alimentari in valori per i canali di vendita (%; anno mobile ad aprile 2021)



Nota: la categoria "Super/iper no corner" si riferisce agli ipermercati e supermercati non provvisti di un corner pharma. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati IQVIA Solutions Italy

Fig. 2 – Composizione del mercato italiano degli integratori alimentari in volumi per i canali di vendita (%; anno mobile ad aprile 2021)

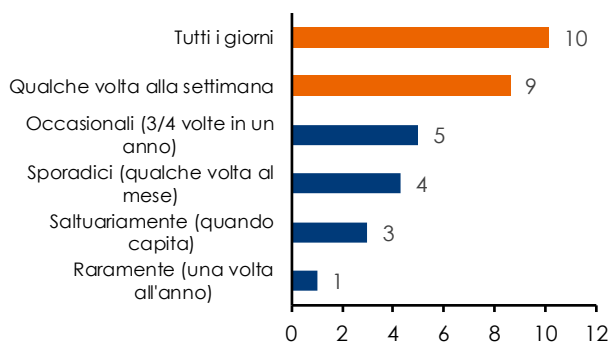


Nota: la categoria "Super/iper no corner" si riferisce agli ipermercati e supermercati non provvisti di un corner pharma. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati IQVIA Solutions Italy

Il mercato italiano degli integratori alimentari si è sviluppato seguendo **una crescita costante negli ultimi anni**, con una variazione media annua nel periodo 2014-2020 dell'8,2% in valore: questo andamento può essere spiegato dal crescente interesse verso questi beni determinato da una **maggior attenzione verso i temi della prevenzione e del benessere**. Si è assistito a un aumento dell'aspettativa di vita e dell'età media della popolazione che, insieme allo sviluppo delle moderne tecnologie alimentari, hanno portato a una maggior consapevolezza dell'importanza di stili di vita salutari (attenzione all'alimentazione, movimento) per evitare problemi di salute e, in ottica preventiva, per favorire il mantenimento dello stato di salute. Questa tendenza ha un connotato diffuso nei modelli di consumo della popolazione trasversale ai gruppi sociali e ai territori ed è confermata da un utilizzo ampio e costante: **32 milioni di italiani consumano integratori alimentari** e circa 19 milioni sono utilizzatori abituali (Fig. 3), con un'attenzione particolarmente incentrata su alcune specifiche aree di benessere come ad esempio il rafforzamento del sistema immunitario favorito dall'utilizzo di vitamine e minerali (Fig. 4).

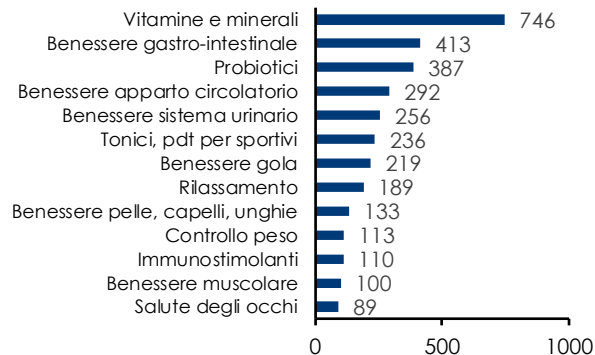
...e cosa cercano i consumatori italiani

Fig. 3 - I consumatori italiani di integratori alimentari per frequenza nell'utilizzo (2018; milioni)



Fonte: "Rapporto Censis sul valore sociale dell'integratore alimentare" – 20 giugno 2019

Fig. 4 – Le principali aree di mercato degli integratori alimentari (milioni di euro)



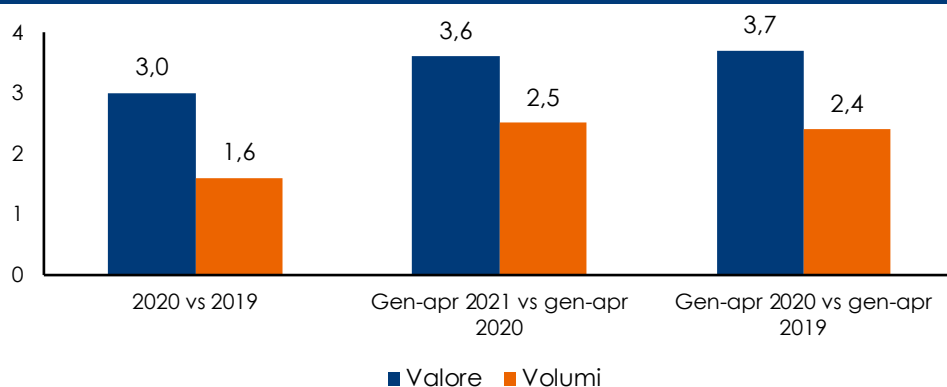
Nota: le aree indicate rappresentano circa il 90% del valore di mercato
Fonte: IQVIA Multichannel view

⁴ Dati riferiti al periodo aprile 2020-aprile 2021.

È importante evidenziare come il mercato italiano degli integratori alimentari abbia mostrato **dinamiche positive anche nel corso del 2020**, con una crescita in valore del 3,0% e in volumi dell'1,6%. Queste evidenze sono **confermate anche nel 2021** con un trend positivo sia in valore (+3,6% nei primi quattro mesi dell'anno), sia in termini di unità vendute (+2,5%) (Fig. 5), anche se frutto di dinamiche mensili diverse: nel 2020 infatti, per effetto dell'emergenza sanitaria, il mercato ha riportato incrementi importanti dei consumi a febbraio e anche a marzo, mese in cui si è mostrato il fenomeno di acquisto di scorta nelle farmacie legato in particolare ad alcune classi di integratori alimentari, mentre ad aprile il mercato aveva subito una contrazione.

Buona tenuta del mercato interno nel 2020 e avvio positivo nel 2021

Fig. 5 - Andamento del mercato italiano degli integratori alimentari (var. % valore di mercato e unità vendute)



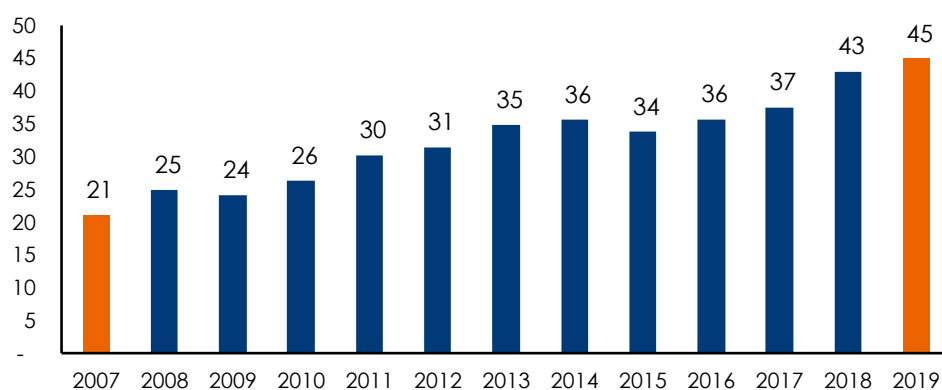
Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati IQVIA Solutions Italy

Il mercato mondiale degli integratori alimentari

Il **mercato mondiale degli integratori alimentari** nel 2019 (ultimo dato disponibile) era pari a **45 miliardi di dollari**. L'aumento dei volumi nell'ultimo decennio è stato intenso, tanto che, rispetto al 2007, quando il valore totale era pari a 21 miliardi di dollari, il mercato è più che raddoppiato. In particolare, dal 2015 si sta assistendo ad una crescita costante, con un ulteriore aumento del 4,5% nel 2019, ultimo anno per il quale sono disponibili dati per tutti gli sbocchi commerciali (Fig.6).

Mercato mondiale degli integratori in forte crescita...

Fig. 6 - Mercato mondiale degli integratori alimentari (miliardi di dollari)

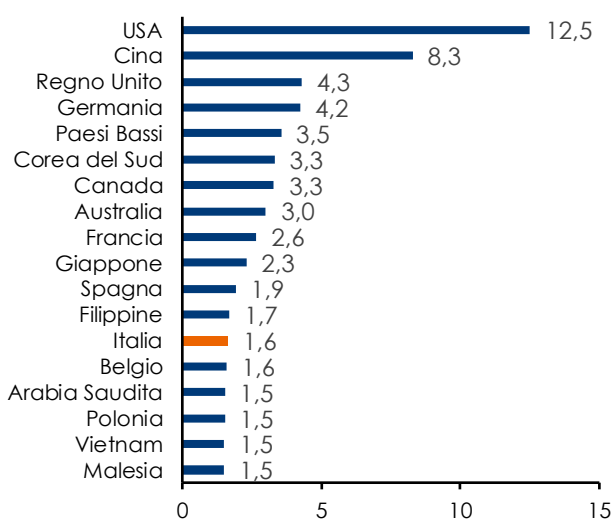


Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Per l'Italia e per i principali paesi europei, i codici doganali 21069092 e 21069098 (che individuano più correttamente i flussi di integratori alimentari), rappresentano più del 96% del codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPII)

Gli **Stati Uniti** si trovano al **primo posto come importatore mondiale**, con una quota del 12,5% (media degli anni 2018 e 2019), ma il ranking dei principali importatori mondiali nel corso dell'ultimo decennio ha subito numerose modifiche in seguito alla crescita del ruolo dei **paesi asiatici**. La Cina, infatti, è passata dal 13° posto nel 2008 al 1° posto negli anni 2016 e 2017, per mantenersi al secondo posto, con una quota dell'8,3% (media degli anni 2018 e 2019). Anche altri paesi asiatici, attualmente tra i primi quindici importatori mondiali, hanno scalato posizioni come la Corea del Sud (salita al 5° posto nel 2019 dal 19° posto nel 2008), le Filippine (ora al 12° posto dal 35° posto nel 2008) e il Vietnam (al 13° posto dal 47° posto nel 2008) (Figg. 7 e 8). **Gli Stati Uniti sono al primo posto anche considerando la classifica dei principali esportatori mondiali**, con una quota di mercato che sfiora il 15%. Ai primi posti della classifica anche la Germania, la Francia, il Regno Unito e, soprattutto, la Cina, che in poco tempo ha scalato il ranking mondiale.

...grazie al traino di Stati Uniti e Cina

Fig. 7 – I principali importatori mondiali (media degli anni 2018 e 2019, %)



Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPII)

Fig. 8 – Ranking dei principali importatori mondiali e andamento nel medio termine

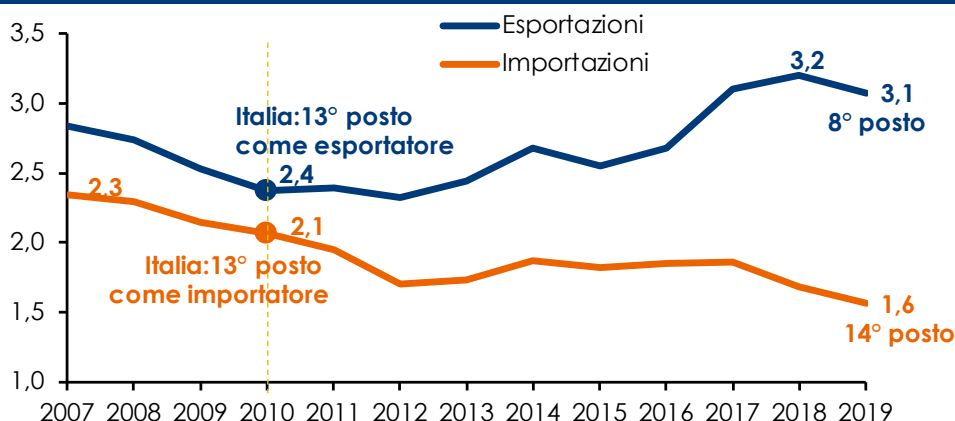
| | | 2008 | 2013 | 2018 | 2019 |
|---------------|---|------|------|------|------|
| USA | ↑ | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Cina | ↑ | 13 | 4 | 2 | 2 |
| Germania | ↓ | 1 | 2 | 4 | 3 |
| Regno Unito | ↓ | 3 | 3 | 3 | 4 |
| Corea del Sud | ↑ | 19 | 13 | 7 | 5 |
| Paesi Bassi | ↑ | 8 | 7 | 5 | 6 |
| Australia | ↑ | 9 | 6 | 9 | 7 |
| Canada | ↓ | 5 | 5 | 6 | 8 |
| Francia | ↓ | 7 | 9 | 8 | 9 |
| Giappone | ↓ | 6 | 8 | 10 | 10 |
| Spagna | ↓ | 4 | 12 | 11 | 11 |
| Filippine | ↑ | 35 | 20 | 14 | 12 |
| Vietnam | ↑ | 47 | 30 | 22 | 13 |
| Italia | ↓ | 12 | 18 | 12 | 14 |

Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Le frecce indicano l'andamento del ranking del paese tra il 2008 e il 2019. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPII)

La competitività italiana sui mercati internazionali

L'Italia è protagonista a livello internazionale nel comparto degli integratori alimentari: si trova attualmente al 14° posto tra gli importatori con una quota dell'1,6%, ma il ruolo del nostro paese cresce di importanza considerando le esportazioni. Con valori esportati che nel 2019 sono stati pari a 1,25 miliardi di euro e una quota di mercato al 3,1%, ci collochiamo all'8° posto tra i principali esportatori mondiali (Fig. 9).

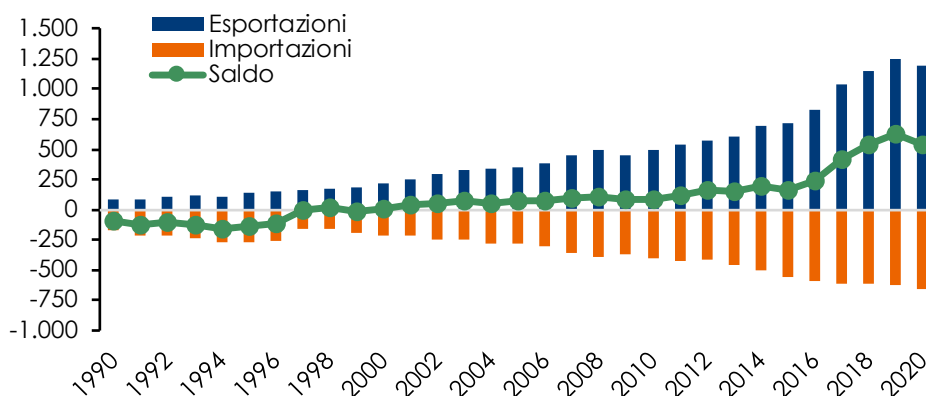
Italia 8° esportatore mondiale...

Fig. 9 – Integratori alimentari: quota di mercato italiana per anno (in % export o import mondiali)

Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPII)

Un'analisi di lungo periodo evidenzia come a partire dai primi anni 2000 le esportazioni italiane abbiano superato le importazioni, dando origine a un avanzo commerciale, sempre più ampio a partire dal 2015, fino ad arrivare nel 2019 a 625 milioni di euro. Nel 2020 si è assistito a una leggera contrazione dell'avanzo commerciale, che si mantiene comunque su livelli elevati e in linea con il 2018 (Fig. 10).

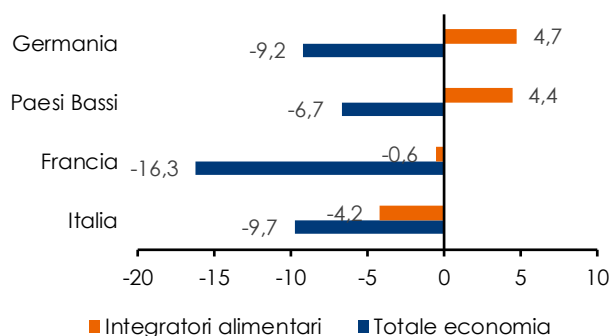
...e con un ampio avanzo commerciale

Fig. 10 – Integratori alimentari: andamento del commercio estero nel lungo periodo

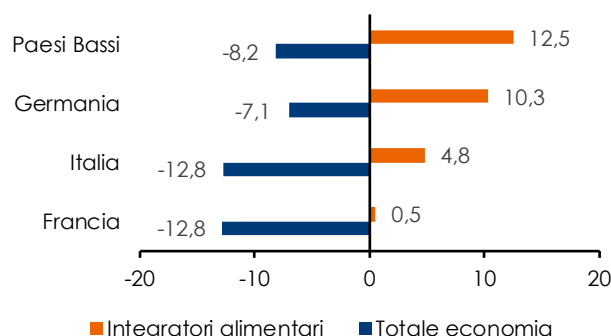
Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati BACI (CEPII)

Il settore degli integratori alimentari, inoltre, ha tenuto meglio del totale economia sui mercati internazionali anche durante il 2020: le esportazioni italiane di integratori si sono contratte del 4,2%, meno della metà rispetto al totale economia (scesa del 9,7%) e le importazioni non hanno accusato alcun calo, anzi, sono aumentate del 4,8%, in netto contrasto con il totale economia (-12,8%). Dal confronto con i principali competitor europei, tuttavia, è possibile notare come le esportazioni italiane di integratori abbiano avuto un andamento peggiore rispetto a Germania (+4,7%), Paesi Bassi (+4,4%) e Francia (in sostanziale stabilità rispetto al 2019: -0,6%) (Figg. 11 e 12).

Buona tenuta nel 2020...

Fig. 11 – Integratori alimentari: export dei principali competitor europei (var. % 2020)

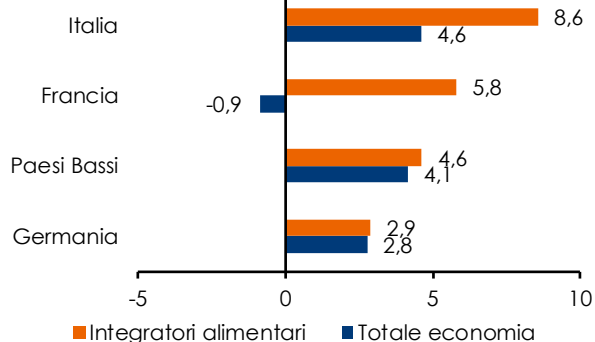
Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Fig. 12 – Integratori alimentari: import dei principali competitor europei (var. % 2020)

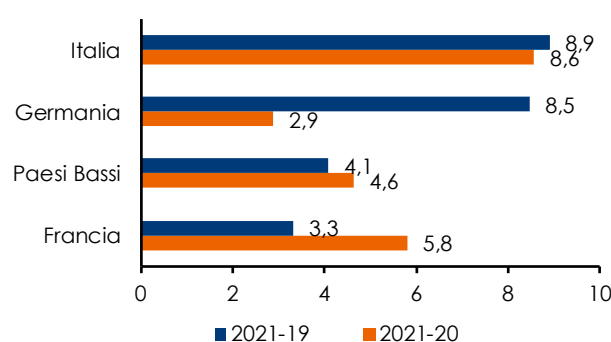
Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Nel primo trimestre 2021 si è assistito, però, a un buon recupero. L'avanzo commerciale degli integratori alimentari ha sfiorato i 150 milioni di euro, 8 milioni di euro in più rispetto ai primi tre mesi del 2019, grazie al rimbalzo dell'export che è cresciuto dell'8,6%. Le esportazioni hanno superato notevolmente anche i livelli del primo trimestre 2019, meglio di quanto non sia avvenuto per i principali competitor europei (Figg. 13 e 14).

...e balzo dell'export nei primi mesi del 2021

Fig. 13 – Integratori alimentari: export dei principali competitor europei (var. % primo trimestre 2021-primo trimestre 2020)

Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Fig. 14 – Integratori alimentari: export dei principali competitor europei (var. % primo trimestre)

Nota: analisi effettuata utilizzando il codice doganale 210690. Fonte: elaborazioni Intesa Sanpaolo su dati Eurostat

Come si spiegano i successi italiani?

In Italia si contano **240 imprese nazionali e multinazionali specializzate nella filiera degli integratori alimentari**. Di queste circa **un terzo sono attive in Lombardia, in gran parte localizzate nella provincia di Milano**. Il peso delle imprese lombarde sale al 40% se si considera il fatturato, grazie a una buona presenza di imprese medio-grandi (un'impresa lombarda su due ha almeno 10 milioni di euro di fatturato).

Un tessuto produttivo dinamico, con una buona marginalità...

Dietro ai successi ottenuti sui mercati internazionali, vi è **un nucleo di imprese altamente competitive**. È questa l'evidenza che emerge dall'analisi realizzata su un campione di 148 imprese del settore individuate da Federsalus⁵. Quasi sei imprese su dieci sono state costituite dopo il 2000, proprio in corrispondenza dell'emergere di un surplus commerciale nel settore. Si

⁵ Le imprese considerate nel campione realizzano più del 40% del fatturato con integratori alimentari.

tratta di **imprese di gran lunga più dinamiche rispetto al resto dell'economia italiana** e con livelli di marginalità di eccellenza: le imprese specializzate nella produzione di integratori alimentari nel 2019 hanno mostrato un EBITDA margin pari al 14,6%, due punti percentuali in più rispetto al pur ottimo 12,6% della farmaceutica e sei punti in più rispetto al manifatturiero. Inoltre, nel periodo analizzato la marginalità si è ulteriormente rafforzata, più di quanto emerso in altri settori: rispetto al 2008 l'EBITDA margin ha mostrato un aumento di oltre 4 punti percentuali per le imprese di produzione e di 1,1 punti percentuali per le imprese commerciali.

Questi risultati si associano ad una **elevata propensione a investire in leve immateriali (innovazione in primis) e a valorizzare il capitale umano**. L'incidenza delle immobilizzazioni immateriali è infatti pari a 3,5% tra le imprese di produzione, cinque volte tanto i valori registrati nella media del manifatturiero italiano. Il valore aggiunto per addetto ha registrato livelli molto elevati, pari a 88 mila euro tra le imprese di produzione del settore (nel manifatturiero ci si ferma a 53 mila), a conferma dell'impiego in azienda di personale altamente qualificato. Questa sensibilità che riconosce l'importanza delle leve immateriali e il ruolo del capitale umano ha permesso alle aziende di avviare già prima della pandemia progetti mirati alla diffusione della cultura digitale e all'adozione di modalità di lavoro flessibili e innovative che hanno consentito di affrontare l'emergenza sanitaria con risultati positivi⁶.

...una elevata propensione a investire in leve immateriali e a valorizzare il capitale umano...

Il buon posizionamento strategico è accompagnato da **una consistente solidità finanziaria e patrimoniale**: l'incidenza delle disponibilità liquide sull'attivo è salita all'8,4% (dall'1,5% del 2008) e il patrimonio netto ha un peso del 37% sul passivo (dal 21% del 2008). Si tratta dunque di aziende che hanno le risorse per mantenere alto nei prossimi anni l'impegno in termini di investimenti e che sono riuscite ad affrontare questo periodo di difficoltà con posizioni più solide rispetto a una decina di anni fa (Tab. 1).

...supportate da una buona solidità finanziaria e patrimoniale

Tab. 1 - I principali indici di bilancio per le imprese degli integratori alimentari a confronto con manifatturiero, farmaceutica e imprese del commercio (valori mediani)

| | Integratori alimentari totale | Integratori alimentari produzione | Integratori alimentari commercio | Manifatturiero | Farmaceutica | Commercio |
|---|-------------------------------------|---|--|----------------|--------------|-----------|
| Ebitda margin 2008 (%) | 8,7 | 10,3 | 7,4 | 8,6 | 12,1 | 5,5 |
| Ebitda margin 2019 (%) | 10,9 | 14,6 | 8,5 | 8,5 | 12,6 | 5,0 |
| Differenza 2019 – 2018 (a) | 2,2 | 4,3 | 1,1 | -0,1 | 0,5 | -0,5 |
| Immobilizzazioni immateriali % attivo (media triennio 2017-2019) | 2,6 | 3,5 | 1,8 | 0,7 | 2,3 | 0,3 |
| Valore aggiunto per addetto (migliaia euro) | 91,6 | 87,6 | 94,4 | 52,9 | 92,6 | 53,4 |
| Costo del lavoro per addetto (migliaia euro) | 47,0 | 46,7 | 47,4 | 37,4 | 55,8 | 32,9 |
| Differenza tra valore aggiunto e costo del lavoro per addetto (migliaia euro) (b) | 44,6 | 40,9 | 47,0 | 15,5 | 36,8 | 20,5 |
| Patrimonio netto % passivo 2008 (%) | 20,8 | 28,45 | 17,65 | 24,26 | 31,09 | 18,91 |
| Patrimonio netto % passivo 2019 (%) | 37,0 | 42,8 | 34,8 | 32,7 | 44,7 | 28,0 |
| Differenza 2019 – 2018 (c) | 16,2 | 14,4 | 17,2 | 8,5 | 13,6 | 9,1 |

Note: (a) differenza tra la mediana dell'Ebitda margin del 2008 e quella del 2019; (b) differenza tra la mediana del valore aggiunto per addetto e quella del costo del lavoro per addetto; (c) differenza tra la mediana del Patrimonio netto in % passivo del 2008 e quella del 2019. Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

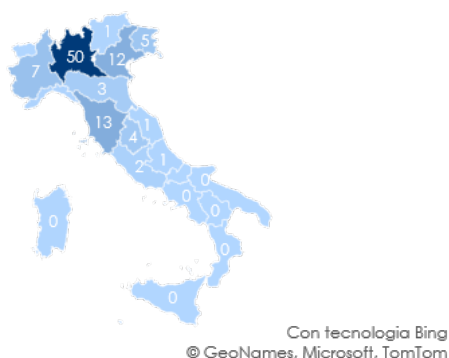
⁶ La VI Indagine di settore "La filiera italiana degli integratori alimentari", elaborata dal Centro Studi Federsalus su 122 imprese associate, evidenzia i fattori che hanno consentito alle imprese di affrontare positivamente la situazione pandemica nel seguente ordine: investimenti in tecnologie digitali avviati prima della pandemia (47%); cultura digitale diffusa all'interno dell'azienda (36%); lavoro agile già adottato prima della pandemia (32%); marketing digitale (31%); investimenti nella sicurezza e salute dei dipendenti (25%); e-commerce (17%); iniziative di welfare aziendale (14%); investimenti nella sostenibilità (14%).

Un ulteriore elemento che distingue e che aiuta a spiegare i risultati del settore è **la presenza di forniture ben radicate nel territorio**: attraverso un'analisi originale dei pagamenti effettuati dalle imprese del settore è stato possibile ricostruire la filiera di fornitura e le caratteristiche delle relazioni che si instaurano tra le imprese specializzate in integratori alimentari e i loro fornitori⁷. Sono state tracciate circa 83 mila operazioni, pari a 750 milioni di euro a favore di oltre 5 mila beneficiari.

La centralità delle filiere di fornitura

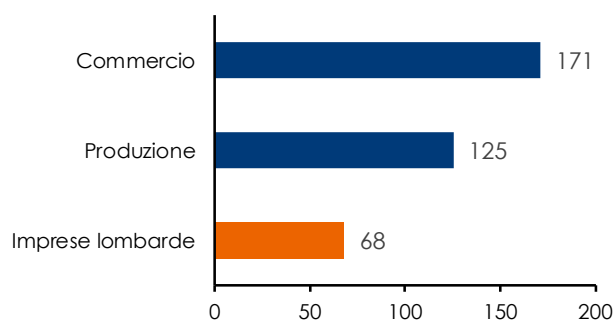
Emerge nettamente il ruolo di alcuni territori nella fornitura del settore: primo fra tutti **la Lombardia che concentra circa la metà delle vendite a favore delle imprese di integratori alimentari** (Fig. 15). In questo territorio si può dire di essere in presenza di un vero e proprio distretto degli integratori alimentari, con un'organizzazione tipicamente distrettuale e la presenza in loco di fornitori di tutta la filiera, dai produttori del packaging ai servizi di ricerca e sviluppo. Una conferma in tal senso viene dal dato sulla distanza media delle forniture: in Lombardia sono infatti pari a 68 i chilometri medi degli approvvigionamenti delle imprese specializzate in integratori alimentari (Fig. 16), la metà circa di quanto si riscontra in altre regioni italiane e decisamente meno di quanto si osserva mediamente nei distretti tradizionali italiani (116 Km).

Fig. 15 – Le forniture delle imprese che producono integratori alimentari: la distribuzione degli acquisti per le regioni fornitrici (2016-2020; % importi)



Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

Fig. 16 – Distanza media delle forniture delle imprese specializzate in integratori (2019; Km medi ponderati per importo)



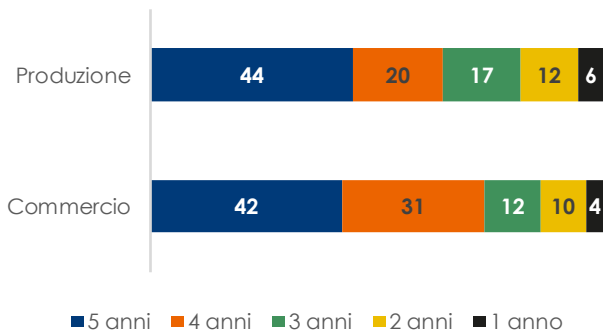
Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

Si tratta di **partnership strategiche e durature nel tempo**: infatti oltre il 40% dei fornitori risulta avere relazioni continuative con le imprese attivanti, con scambi che si sono ripetuti in ognuno degli ultimi cinque anni (Fig. 17).

È infine interessante osservare possibili elementi di trasformazione emersi nel corso del 2020, anche a causa di eventuali interruzioni delle forniture o/o difficoltà di reperimento di beni e servizi. Lo scorso anno il 10% degli acquisti delle imprese di produzione di integratori alimentari ha riguardato nuove relazioni, mentre per le imprese commerciali il peso è stato del 5%; in entrambi i casi sono stati attivati soprattutto fornitori "nuovi" nella parte a monte della filiera come il settore dell'agro-alimentare, della farmaceutica e degli stessi integratori alimentari (Fig. 18). È presto per capire se e come le reti di fornitura italiane e internazionali del settore si modificheranno; ciò che però è certo è che la presenza in Italia di filiere ramificate e strutturate può in prospettiva rappresentare un vantaggio competitivo e quindi un potenziale di sviluppo per il tessuto produttivo italiano.

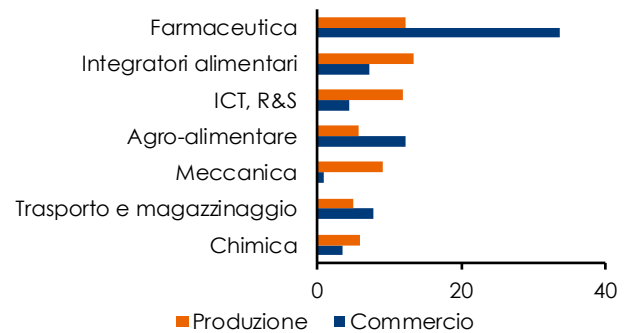
⁷ La base dati utilizzata per l'analisi si articola sui pagamenti effettuati dalle imprese clienti del Gruppo Intesa Sanpaolo veicolati tramite la rete commerciale in forma di bonifici e ricevute bancarie.

Fig. 17 – Composizione degli acquisti per durata della relazione con il fornitore (%)



Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

Fig. 18 - Gli acquisti da fornitori nuovi nel 2020: composizione per tipologia di beni e servizi (%)



Fonte: Intesa Sanpaolo Integrated Database

Conclusioni

Il settore degli integratori alimentari ha evidenziato un'importante dinamica di crescita che si è rafforzata nell'ultimo decennio sia nel contesto internazionale, sia nel mercato domestico. Le imprese italiane hanno dimostrato di saper cogliere questi andamenti, accrescendo la propria quota di mercato e rafforzando il proprio posizionamento competitivo grazie a una forte attenzione ai fattori immateriali, al capitale umano, alla capacità di investire in ricerca e sviluppo e a filiere di fornitura stabili e strategiche. Gli investimenti in tecnologie digitali, una cultura digitale diffusa e l'adozione dello smart working avviati prima della pandemia hanno consentito alle aziende di affrontare la situazione di emergenza sanitaria con risultati positivi. Infatti, nonostante la crisi, anche nell'ultimo anno le imprese hanno dato segnali di buona tenuta e hanno contribuito a soddisfare il crescente interesse verso le tematiche della salute e del benessere che ha sostenuto la domanda italiana, nonostante l'accumulo di risparmio prudenziale da parte delle famiglie durante la pandemia.

I trend di sviluppo del settore saranno incentrati sui temi della **sostenibilità** e della **digitalizzazione**: saranno necessarie azioni di responsabilità sociale e di riduzione dell'impatto ambientale, mentre per la digitalizzazione occorrerà porre particolare attenzione allo sviluppo del canale e-commerce che attualmente intermedia il 5% degli acquisti nazionali, ma nell'ultimo anno ha registrato aumenti nell'ordine del 50%⁸.

Le attese di lungo periodo sugli integratori alimentari sono positive anche in relazione al ruolo che possono avere negli stili di vita delle persone e in termini di prevenzione primaria per i soggetti sani, consentendo così di liberare risorse per il Servizio Sanitario Nazionale.

⁸ Fonte: IQVIA Solutions Italy.

Importanti comunicazioni

Gli economisti che hanno redatto il presente documento dichiarano che le opinioni, previsioni o stime contenute nel documento stesso sono il risultato di un autonomo e soggettivo apprezzamento dei dati, degli elementi e delle informazioni acquisite e che nessuna parte del proprio compenso è stata, è o sarà, direttamente o indirettamente, collegata alle opinioni espresse.

La presente pubblicazione è stata redatta da Intesa Sanpaolo S.p.A. Le informazioni qui contenute sono state ricavate da fonti ritenute da Intesa Sanpaolo S.p.A. affidabili, ma non sono necessariamente complete, e l'accuratezza delle stesse non può essere in alcun modo garantita. La presente pubblicazione viene a Voi fornita per meri fini di informazione ed illustrazione, ed a titolo meramente indicativo, non costituendo pertanto la stessa in alcun modo una proposta di conclusione di contratto o una sollecitazione all'acquisto o alla vendita di qualsiasi strumento finanziario. Il documento può essere riprodotto in tutto o in parte solo citando il nome Intesa Sanpaolo S.p.A.

La presente pubblicazione non si propone di sostituire il giudizio personale dei soggetti ai quali si rivolge. Intesa Sanpaolo S.p.A. e le rispettive controllate e/o qualsiasi altro soggetto ad esse collegato hanno la facoltà di agire in base a/ovvero di servirsi di qualsiasi materiale sopra esposto e/o di qualsiasi informazione a cui tale materiale si ispira prima che lo stesso venga pubblicato e messo a disposizione della clientela.

Comunicazione dei potenziali conflitti di interesse

Intesa Sanpaolo S.p.A. e le altre società del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo (di seguito anche solo "Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo") si sono dotate del "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231" (disponibile sul sito internet di Intesa Sanpaolo, all'indirizzo: <https://group.intesasnpaolo.com/it/governance/dlgs-231-2001>) che, in conformità alle normative italiane vigenti ed alle migliori pratiche internazionali, include, tra le altre, misure organizzative e procedurali per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse, ivi compresi adeguati meccanismi di separazione organizzativa, noti come Barriere informative, atti a prevenire un utilizzo illecito di dette informazioni nonché a evitare che gli eventuali conflitti di interesse che possono insorgere, vista la vasta gamma di attività svolte dal Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo, incidano negativamente sugli interessi della clientela.

In particolare, l'esplicitazione degli interessi e le misure poste in essere per la gestione dei conflitti di interesse – facendo riferimento a quanto prescritto dagli articoli 5 e 6 del Regolamento Delegato (UE) 2016/958 della Commissione, del 9 marzo 2016, che integra il Regolamento (UE) n. 596/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda le norme tecniche di regolamentazione sulle disposizioni tecniche per la corretta presentazione delle raccomandazioni in materia di investimenti o altre informazioni che raccomandano o consigliano una strategia di investimento e per la comunicazione di interessi particolari o la segnalazione di conflitti di interesse e successive modifiche ed integrazioni, dal FINRA Rule 2241, così come dal FCA Conduct of Business Sourcebook regole COBS 12.4 – tra il Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo e gli Emittenti di strumenti finanziari, e le loro società del gruppo, nelle raccomandazioni prodotte dagli analisti di Intesa Sanpaolo S.p.A. sono disponibili nelle "Regole per Studi e Ricerche" e nell'estratto del "Modello aziendale per la gestione delle informazioni privilegiate e dei conflitti di interesse", pubblicato sul sito internet di Intesa Sanpaolo S.p.A. all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures>. Tale documentazione è disponibile per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta al Servizio Conflitti di interesse, Informazioni privilegiate ed altri presidi di Intesa Sanpaolo S.p.A., Via Hoepli, 10 – 20121 Milano – Italia.

Inoltre, in conformità con i suddetti regolamenti, le disclosure sugli interessi e sui conflitti di interesse del Gruppo Bancario Intesa Sanpaolo sono disponibili all'indirizzo <https://group.intesasnpaolo.com/it/research/RegulatoryDisclosures/archivio-dei-conflitti-di-interesse> ed aggiornate almeno al giorno prima della data di pubblicazione del presente studio. Si evidenzia che le disclosure sono disponibili per il destinatario dello studio anche previa richiesta scritta a Intesa Sanpaolo S.p.A. – Industry & Banking Research, Via Romagnosi, 5 - 20121 Milano - Italia.

Intesa Sanpaolo Direzione Studi e Ricerche - Responsabile Gregorio De Felice**Industry & Banking Research**

| | | |
|--------------------------------|------------|-----------------------------------|
| Fabrizio Guelpa (Responsabile) | 0287962051 | fabrizio.guelpa@intesasnpaolo.com |
| Ezio Guzzetti | 0287963784 | ezio.guzzetti@intesasnpaolo.com |

Industry Research

| | | |
|---|------------|------------------------------------|
| Stefania Trenti (Responsabile) | 0287962067 | stefania.trenti@intesasnpaolo.com |
| Letizia Borgomeo | | letizia.borgomeo@intesasnpaolo.com |
| Enza De Vita | | enza.devita@intesasnpaolo.com |
| Serena Fumagalli | 0272652038 | serena.fumagalli@intesasnpaolo.com |
| Ilaria Sangalli | 0272652039 | ilaria.sangalli@intesasnpaolo.com |
| Anna Cristina Visconti | | anna.visconti@intesasnpaolo.com |
| Giovanni Foresti (Responsabile coordinamento Economisti sul Territorio) | 0287962077 | giovanni.foresti@intesasnpaolo.com |
| Romina Galleri (sede di Torino) | 0115550438 | romina.galleri@intesasnpaolo.com |
| Sara Giusti (sede di Firenze) | 0552613508 | sara.giusti@intesasnpaolo.com |
| Anna Maria Moressa (sede di Padova) | 0496537603 | anna.moressa@intesasnpaolo.com |
| Carla Saruis | 0287962142 | carla.saruis@intesasnpaolo.com |
| Enrica Spiga | 0272652221 | enrica.spiga@intesasnpaolo.com |
| Rosa Maria Vitulano (Roma) | 0667124975 | rosa.vitulano@intesasnpaolo.com |

Banking Research

| | | |
|------------------------------|------------|--------------------------------------|
| Elisa Coletti (Responsabile) | 0287962097 | elisa.coletti@intesasnpaolo.com |
| Valentina Dal Maso | 0444631871 | valentina.dalmaso@intesasnpaolo.com |
| Federico Desperati | 0272652040 | federico.desperati@intesasnpaolo.com |
| Viviana Raimondo | 0287963637 | viviana.raimondo@intesasnpaolo.com |

Local Public Finance

| | | |
|--------------------------------|------------|-----------------------------------|
| Laura Campanini (Responsabile) | 0287962074 | laura.campanini@intesasnpaolo.com |
|--------------------------------|------------|-----------------------------------|

Elaborazioni dati e statistiche

| | | |
|----------------|------------|----------------------------------|
| Angelo Palumbo | 0272651474 | angelo.palumbo@intesasnpaolo.com |
|----------------|------------|----------------------------------|