



Integratori in corazzata

Un'armata che avanza, solida, quella che si impone con fermenti lattici, integratori energetici e per gli sportivi, ai primi posti nelle scelte degli italiani. E sembra non conoscere crisi

DI PAOLA CIMETTI

Un popolo di "mangia pillole", questo il quadro che emerge degli italiani nell'ultimo rapporto dell'Osservatorio nazionale sull'impiego dei medicinali, realizzato dall'Istituto superiore di sanità e dall'Agenzia italiana del farmaco. Al primo posto i farmaci per il sistema cardiovascolare, che subiscono un incremento del 5,2 per cento, con oltre cinque milioni di euro di spesa, coperti per il 93 per cento dal Ssn. Seguono i farmaci per l'apparato gastrointestinale (13 per cento della spesa), quelli che agiscono sul sistema nervoso centrale (12,1 per cento), gli antimicrobici (11 per cento) e gli antineoplastici (11 per cento).

E gli integratori alimentari, che posizione occupano in questo panorama? Il mercato degli integratori non conosce momenti di stallo, così apostrofa il co-

municato 2009 di Federsalus, Federazione nazionale aziende prodotti salutistici, che ha indagato le vendite e ha evidenziato per classe merceologica i picchi di consumo.

Forse perché considerati meno "pericolosi" dei farmaci, più facili da gestire e utili per bilanciare diete errate, conquistano un italiano su tre, con oltre centoventi milioni di confezioni vendute e un fatturato di quasi un miliardo e mezzo di euro.

«Il mercato degli integratori alimentari, in questi mesi di forte recessione a livello mondiale, sta mostrando un andamento diverso da quello di altri beni assimilabili», afferma Germano Scarpa, presidente neo eletto alla guida di Federsalus per il biennio 2009-2010. «I settori che non hanno evidenziato flessioni dei consumi, mostrando, addirittura

ra, un incremento, hanno in comune almeno un aspetto tra innovazione, rapporto qualità/prezzo e risultato, tre caratteristiche proprie del settore, che investe molte risorse nella ricerca per sviluppare prodotti sempre più sicuri e rispondenti alle esigenze del consumatore».

Avanzano, quindi, come una vera e propria corazzata e sembrano non avvertire la crisi. Il podio se lo aggiudicano gli integratori di vitamine e sali minerali, che conquistano una fetta pari al 52,5 per cento del mercato, seguono a ruota i fermenti lattici e gli energetici, con il 36 per cento e i supplementi per gli sportivi, a base di vitamine, sali minerali, aminoacidi e proteine (14,4 per cento).

E la farmacia rimane tra i luoghi preferiti per l'acquisto, scelta guidata dal fattore fiducia e sostenuta dal consiglio professionale di chi sta dietro al banco: nel 2008 sono state vendute oltre 90 milioni

di confezioni (+4,8 rispetto all'anno precedente), cui si sommano 19 milioni di unità vendute nella Gdo, in cui l'acquisto è influenzato per lo più da regole di convenienza, e oltre sei milioni acquistate nel canale parafarmacia. I dati Nielsen evidenziano anche una differenza di categoria tra i prodotti acquistati in farmacia, dove primeggiano fermenti lattici, multivitaminici, dimagranti, integratori salini e sistemici per i capelli e nella Grande distribuzione, dove si comprano maggiormente sostitutivi del pasto, dimagranti e integratori per gli sportivi.

Nel mare magnum del settore in espansione, al fianco di queste conferme, l'inizio del 2009 ha messo in evidenza alcune situazioni particolarmente dinamiche, come quelle che coinvolgono lassativi (49,6 milioni di euro), tonici (47 milioni di euro) e integratori oftalmici (43,5 milioni di euro).

Non una moda passeggera, quindi, ma un trend consolidato, che spinge sempre più italiani a ricercare negli integratori il benessere psicofisico e una risposta a precise esigenze di salute. Oltre la metà degli intervistati per il sondaggio "Gli italiani e gli integratori" (Bocconi-Trovato & Partners), che ha coinvolto 505 utilizzatori, conferma di ricorrere a questa classe di prodotti su consiglio del medico curante, ma sono ancora molti quelli che si affidano al fai da te. Il 33 per cento, infatti, dice di decidere da solo quali integratori assumere e in quali periodi, mentre il 7,5 per cento si rivolge sempre al proprio farmacista di fiducia per farsi guidare nella scelta.

E l'attenzione per il mezzo internet continua a crescere: sono ormai oltre sei milioni gli utenti che vanno a caccia di informazioni riguardanti la salute e il benessere su siti web qualificati.