

I NUMERI DEL MERCATO INTEGRATORI ALIMENTARI

Un mercato in piena salute

di Rosaria Barrile

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/AlimentazioneSalute

Sono circa 32 milioni di italiani che utilizzano gli integratori alimentari come strumento per la tutela e la prevenzione della salute. Di questi connazionali, circa 18 milioni lo fanno abitualmente. Secondo un'analisi condotta dal Censis per FederSalus, l'associazione che rappresenta il principale referente per le organizzazioni istituzionali e commerciali operanti nel settore, il 57,3 per cento degli italiani ha ricevuto il consiglio di utilizzarli e, tra questi, l'82,4 per cento ha ricevuto tale indicazione da parte di un medico o da un farmacista. Nel 2018, secondo dati IQVIA Medical Audit per FederSalus, sono state 26 milioni le prescrizioni mediche di integratori alimentari. Rientrano infatti a pieno titolo nella pratica clinica dei medici di medicina generale (24 per cento), dei pediatri (16 per cento), degli ortopedici (15 per cento) e dei ginecologi (14 per cento). Secondo il Food Supplements Monitor 2017 condotto da GfK Eurisko (su un campione di 6.946 intervistati) il consumo annuo pro-capite è stato di 7 confezioni e in media le tipologie acquistate sono state 2,5. Le categorie che hanno trainato la crescita (e che complessivamente coprono il 59 per cento del mercato) sono state i probiotici con vendite per circa 360 milioni di euro, gli integratori di minerali (210 milioni di euro), i regola-

tori del colesterolo (con 152 milioni di euro), i prodotti per il sistema urinario (135 milioni di euro), i polivitaminici (con 120 milioni di euro), i tonici (con 99 milioni di euro) e gli antitosse (con 97 milioni di euro). Se dal lato della domanda ci si sposta a quello dell'offerta, ne emerge un quadro positivo per i player italiani. La solidità del settore anche in termini di capacità di investimento e di propensione all'internazionalizzazione viene sottolineata sia da un'indagine sulla filiera italiana degli integratori alimentari condotta dal Centro Studi FederSalus, sia da un'analisi ulteriore sulla redditività di questa filiera condotta da Elite-Borsa Italiana, con cui l'associazione ha avviato una partnership.

Fatturato ed export

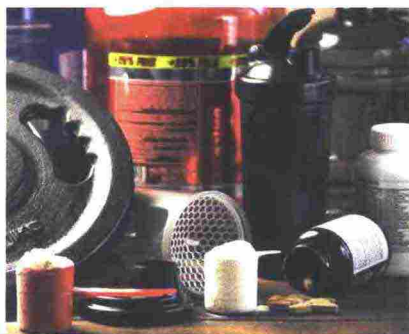
La quarta indagine di settore a cura del Centro Studi FederSalus, fotografa a livello nazionale ed europeo un comparto che vede le circa 200 aziende associate contri-

buire alla crescita del Paese. Lo studio fa emergere i principali indicatori strutturali ed economici delle aziende associate: fatturato, occupazione, investimenti ed export. La rilevazione, relativa all'anno 2017, è stata effettuata attraverso un questionario online erogato nel secondo semestre del 2018 e somministrato alle 198 aziende associate a FederSalus. Ad aderire all'indagine sono state 87 aziende, pari al 44 per cento del totale delle associate.

Il campione delle aziende rispondenti, per quanto contenuto in termini di numeri assoluti, è tuttavia rappresentativo dell'intera compagine settoriale in quanto esprime il 70 per cento del fatturato totale delle aziende associate. La filiera dell'integratore alimentare, composta da produttori di materie prime, aziende di produzione in conto terzi e aziende a marchio proprio, genera un prodotto il cui utilizzo coinvolge il 65 per cento della popolazione italiana adulta, pari a 32 milioni di consumatori. Alle aziende specializzate negli integratori si affiancano aziende di matrice alimentare, cosmetica e farmaceutica che hanno diversificato entrando nel settore. Le categorie trattate oltre agli integratori comprendono infatti per il 59 per cento delle aziende i dispositivi medici, per il 45 per cento i cosmetici, per il 43 per cento gli alimenti tra cui

(il 9 per cento); il restante 5 per cento nella grande distribuzione organizzata (Gdo). La farmacia è il principale canale di distribuzione degli integratori dove si sviluppa l'86 per cento del valore totale di mercato corrispondente a oltre 3 miliardi di euro. Le aziende associate a FederSalus esprimono un fatturato industriale 2017 pari a 1,33 miliardi di euro in aumento del 12 per cento rispetto all'indagine dell'anno precedente. Si conferma pertanto una dinamica molto positiva per i ricavi dalle vendite, in crescita per oltre due terzi delle aziende. Soltanto il 6 per cento del campione dichiara di aver registrato un calo del fatturato, mentre il 26 per cento conferma un andamento costante.

Il modello di produzione prevalente, fiore all'occhiello del made in Italy, è quello del contract manufacturing (produzione in conto terzi) attualmente utilizzato anche dalle multinazionali farmaceutiche attive in Italia. Lo sviluppo e la produzione degli integratori alimentari è realizzata principalmente attraverso produttori in conto terzi (81 per cento dei rispondenti) e prevalentemente situati in Italia (73 per cento dei rispondenti). Il 25 per cento utilizza produttori in conto terzi sia italiani, sia stranieri. Ma solo il 2 per cento ricorre in via esclusiva a produttori esteri. A confermare la solidità del settore è anche la positiva dinamica dell'occupazione che si attesta a 11.509 addetti in crescita dell'8,7 per cento rispetto alla precedente indagine. L'occupazione è aumentata nel 2017 per il 47 per cento delle aziende. La percentuale di aziende che dichiara di aver registrato un livello di occupazione stabile o in aumento è prossima



**MERCATO INTEGRATORI:
I PRINCIPALI DATI ECONOMICI (2017)**

	Fatturato	Ebitda	Ebit	Utile netto
2017 (in mln di €)	2.483	335,78	254,16	176,78
Var. % anno su anno	7,34	5,50	27,81	15,71
Margine (in %)	-	13,52	10,24	7,12
Carg (in %)	9,68	10,08	10,08	10,08

Fonte: FederSalus - Elite

Largo Consumo

I NUMERI DEL MERCATO

INTEGRATORI ALIMENTARI

al totale per quanto riguarda il periodo relativo agli anni ultimi tre anni.

Investimenti e internazionalizzazione

Gli investimenti nel 2017 sono stati pari all'11 per cento del fatturato delle aziende che hanno aderito all'indagine: ricerca e sviluppo, nuovi impianti e macchinari, tecnologie, e-commerce e formazione rappresentano l'82 per cento degli investimenti realizzati nel 2017. Nel dettaglio, il valore complessivo degli investimenti si suddivide in: nuovi macchinari per il 19 per cento, ricerca e sviluppo per il 17 per cento, formazione del personale per il 14 per cento, tecnologie digitali per il 12 per cento, tecnologie verdi ed e-commerce per il 20 per cento complessivo. L'autofinanziamento, il credito bancario e il reinvestimento degli utili rappresentano a oggi le principali fonti di finanziamento, a dimostrazione della solidità finanziaria delle imprese del settore. Risulta invece ancora un tasto dolente l'accesso ai fondi europei a cui ha fatto ricorso solo il 5 per cento del campione. Per l'esattezza, mentre l'autofinanziamento rappresenta il canale principale per la crescita per il 68 per cento del campione, seguito dal credito bancario (per il 65 per cento), gli utili non distribuiti si fermano al 40 per cento e i finanziamenti a fondo perduto al 15 per cento.

Il venture capital, scelto solo dal 2 per cento del campione, si conferma una scelta residuale. Il settore è reattivo alle misure di incentivo per lo sviluppo. L'indagine di FederSalus evidenzia il ricorso agli incentivi del Piano Nazionale Industria 4.0 (PNI) per gli investimenti in Italia. La percentuale delle aziende del settore che ha fatto ricorso agli incentivi pubblici del PNI 4.0 per la competitività delle imprese italiane si avvicina a

quella del cluster nazionale delle aziende identificate come "a media tecnologia". Oltre un quarto delle aziende del settore ha fatto ricorso a più di un incentivo. Se si guarda invece al ricorso al "Patent Box", il regime fiscale agevolato per redditi derivanti da brevetti, emergono alcune criticità. Si segnalano infatti difficoltà d'accesso alle agevolazioni anche per le domande presentate dal primo anno utile (2015). Le aziende italiane guardano con favore anche ai mercati internazionali come attesta quel 22 per cento del campione che esporta oltre un quarto del fatturato. Sul fronte dell'internazionalizzazione tuttavia vi sono ampi margini di miglioramento, se si considera che per il 53 per cento delle aziende l'incidenza del fatturato estero sul totale è minore del 25 per cento e che il 25 per cento delle aziende non esporta. L'incidenza sul fatturato totale delle attività estere delle aziende del campione è pari al 22,6 per cento ed è inferiore alla media nazionale (rapporto export/PIL italiano 32,6 per cento). Ma la tendenza all'incremento dell'export sembra essere ormai consolidata: l'81 per cento delle imprese dichiara di aver incrementato le attività estere contro il 19 per cento che afferma di averle mantenute stabili. Alla domanda a risposta multipla relativa ai principali mercati di sbocco, il 70 per cento delle aziende cita la Spagna, la Grecia per il 56 per cento, la Francia con il 49 per cento, la Polonia e la Romania entrambe per il 47 per cento del campione. In prospettiva invece emerge un maggiore interesse verso mercati extra-europei: Cina, Asia, Russia, India, anche a causa della mancata armonizzazione delle regole al-

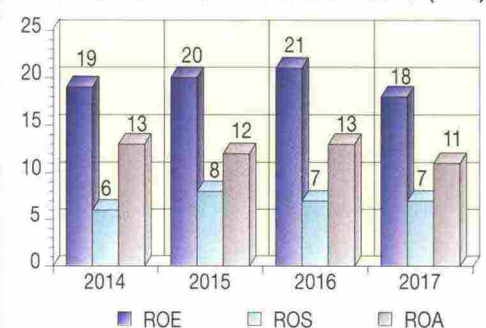
l'interno dell'Ue. Non è un caso se in termini di dinamiche di investimento, occupazione e fatturato relativo agli integratori alimentari, le migliori performance rilevate siano state proprio quelle delle aziende che esportano. In pratica, secondo l'indagine, se ne può dedurre che tali aziende siano in una fase di espansione del proprio business grazie anche alla leva dell'internazionalizzazione.

Focus sulla redditività

Ad avvalorare ulteriormente quanto emerso dall'indagine condotta da FederSalus e ad arricchirla, è la ricerca basata sull'analisi dei bilanci 2014 - 2017 condotta su un campione rappresentativo di 174 aziende ampiamente attive in Italia (associate e non associate a FederSalus) da Elite, la piattaforma internazionale di Borsa Italiana per la formazione e il tutoring delle imprese che vogliono intraprendere un percorso di sviluppo organizzativo e manageriale. La ricomposizione percentuale dei vari ambiti di attività vede la presenza delle aziende a marchio per l'82 per cento, la produzione conto terzi per il 12 per cento e quelle dedite alla commercializzazione delle materie prime per il 6 per cento. Dall'analisi emergono performance molto interessanti del

settore, che risulta in crescita anno dopo anno. L'analisi evidenzia inoltre una propensione all'innovazione delle aziende del settore confermata dalla valorizzazione della dinamica degli investimenti industriali. La commercializzazione dei prodotti a marchio è l'ambito di attività che mostra i maggiori ricavi in termini assoluti. Tale evidenza si riflette anche nell'utile netto che nel corso degli anni è cresciuto a un tasso medio del 10 per cento. Tale fatturato aggregato realizzato nel 2017 dal campione di aziende analizzate è pari a circa 2,5 miliardi di euro, in crescita del 7,34 per cento rispetto all'anno precedente, mentre il numero di addetti delle aziende analizzate è stato di 7.700. Si evidenziano, inoltre, dati interessanti con riferimento all'ebitda e all'ebit aggregati, pari rispettivamente al 13,52 per cento e al 10,24 per cento del fatturato 2017. Importanti indicatori quali la variazione del fatturato 2017 verso l'anno precedente, il roa (Return on Assets) e il roe (Return on Equity), sono più elevati sia rispetto ai valori medi delle Pmi italiane, sia rispetto a un campione di aziende appartenenti al settore alimentare e farmaceutico che già partecipano al programma di crescita Elite di Borsa Italiana. L'analisi presenta, inoltre, un focus sui brevetti. Il capitale circolante delle aziende del campione che possiedono brevetti è positivo e crescente nel periodo considerato con una accentuazione piuttosto evidente rispetto alle aziende che non possiedono brevetti. Il vantaggio competitivo dovuto alla proprietà di brevetti si traduce in una maggiore solidità, con un capitale circolante positivo e crescente.

MERCATO INTEGRATORI ALIMENTARI: IL TREND DEI PRINCIPALI INDICATORI DI REDDITIVITÀ (in %)



Fonte: FederSalus - Elite

Largo Consumo