



ITALIAN TRADE AGENCY

**ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane**



**PANORAMICA DEL MERCATO
INTEGRATORI
ALIMENTARI & NUTRACEUTICI
IN MALAYSIA**



Introduzione

Il settore di mercato degli integratori alimentari e nutraceutici è stato identificato come uno dei settori chiave in crescita.

Il mercato della Malaysia di integratori alimentari e nutraceutici è stato valutato tra €375 milioni e €563 milioni annui. Le ragioni trainanti di tale espansione sono i cambiamenti dello stile di vita e una aumentata consapevolezza della salute.

Il Tasso di Crescita Composito Annuo (CAGR) del settore è stimato al 7%, trainato dalla crescita dell'età della popolazione in Malaysia e nella regione. In particolare i prodotti coadiuvanti contro le sindromi legate all'invecchiamento, come quelli attivi sull'apparato gastrointestinale e sull'apparato endocrino, sono molto richiesti in tale gruppo demografico.

La crescita di mercato in Malaysia sarà sostenuta anche dalla crescente richiesta di prodotti probiotici. Tali prodotti sono principalmente utilizzati come sostituti e coadiuvanti per la crescita e per gli antibiotici. Aziende come Yakult, ad esempio, hanno sviluppato e brevettato varianti di microorganismi (probiotici), dichiarando di possedere particolari benefici per la salute.

Il segmento dei vitaminici ed integratori alimentari detiene la percentuale maggiore del mercato, con il 49%, con previsione di crescita sino al 2019.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Il mercato di integratori alimentari e nutraceutici in Malaysia è diversificato e frammentato dalla presenza di vendors nazionali ed internazionali, i quali competono su diverse basi: qualità/prezzo; presenza di mercato; e risorse finanziarie. Oltre ai classici canali distributivi comprendenti i grossi e medi distributori, sono presenti un numero significativo di piccoli ma aggressivi distributori. Inoltre, in Malaysia il MLM (multi level marketing) è molto sviluppato e, per sua stessa natura, capillare. Ciò è altamente rilevante data la natura rurale e semirurale di gran parte del territorio della nazione.

Il panorama della vendita al dettaglio comprende due maggiori catene di farmacie/parafarmacie in crescita annua per numero di punti vendita. Negli ultimi anni, le maggiori aziende farmaceutiche hanno aggiunto al loro portafoglio tradizionale la vendita al dettaglio, aprendo la propria catena di farmacie. Di importanza fondamentale per i produttori/distributori è la situazione di dispensazione dei farmaci nella nazione. Infatti in Malaysia non vi è separazione tra prescrizione e dispensazione dei farmaci, per cui il medico prescrittore provvede anche alla dispensazione. Tale sistema crea uno sbilanciamento del mercato del farmaco etico, ma crea opportunità per il settore parafarmaco/nutraceutico, che si può concentrare sulle farmacie ove può essere in grado di proporre un prodotto alternativo e differenziato rispetto alle catene di farmacie, dove la differenziazione è basata su termini di economia di scala.

In numero crescente, i cittadini della Malaysia stanno cambiando la propria attitudine verso buona salute e prediligendo la prevenzione delle malattie invece delle cure.

I dispositivi medici, in particolare per il monitoraggio della pressione sanguigna o del diabete, usati dal paziente per monitorare il proprio stato di salute e mantenerne lo stato ottimale stanno aumentando di popolarità.