

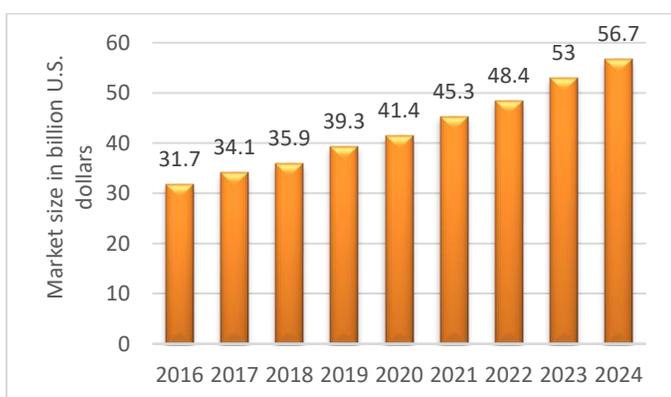


## SCHEDA SETTORIALE IL MERCATO USA DEGLI INTEGRATORI ALIMENTARI

### DIMENSIONE DEL MERCATO

Gli **USA** sono il primo paese a livello mondiale nel settore degli Integratori Alimentari con una quota di mercato del 35,7% ed un fatturato di \$ 41,4 miliardi nel 2020, con una previsione di crescita a \$ 56,7 miliardi nel 2024.

### FATTURATO USA IN MILIONI DI \$

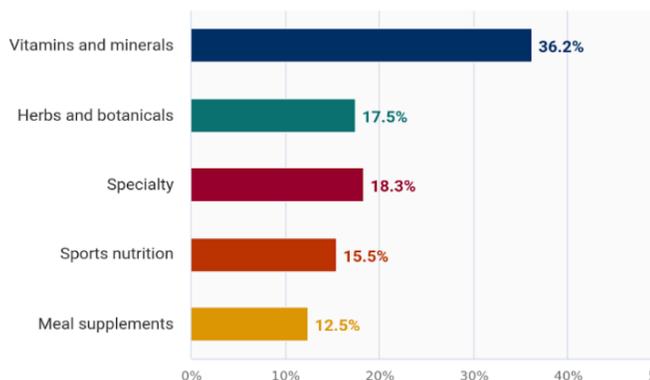


Fonte: Statista

### LA DOMANDA INTERNA

Negli **USA** le **vitamine**, i minerali e altri integratori simili rappresenteranno complessivamente il 36,2% del fatturato del settore, seguono gli **integratori a base di erbe e botanici** rappresentano il 17,5% delle entrate dell'industria, gli **integratori dietetici speciali** rappresentano il 18,3% del fatturato, la **nutrizione sportiva** è cresciuta negli ultimi cinque anni, rappresentando il 15,5% delle entrate.

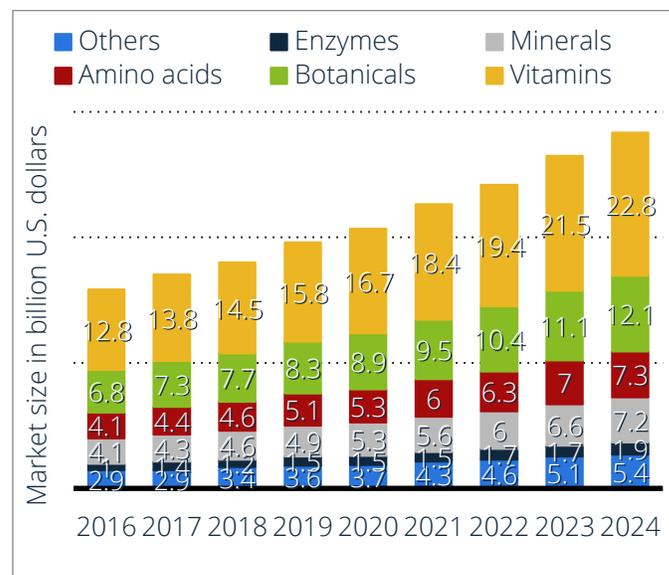
### Segmentazione degli integratori alimentari



2021 INDUSTRY REVENUE

**\$36.6bn**

Le vitamine dominano il mercato e hanno rappresentato il 31,4% della quota di mercato degli integratori alimentari nel 2020 e raggiungeranno i 22,8 miliardi nel 2024.



Fonte: Statista.

### CARATTERISTICHE e TREND:

1. La produzione di vitamine e integratori continuerà a crescere costantemente nei prossimi anni fino al 2026
2. I ricavi del settore beneficeranno dell'invecchiamento della popolazione statunitense, che guida la domanda di prodotti specifici che aiutano contro la perdita di memoria, prestazioni fisiche, tensione muscolare, cura della pelle, etc.
3. La consapevolezza dell'importanza della salute tra la popolazione genera un'alta domanda di vitamine, minerali e altri integratori alimentari.
4. I nutrizionali per lo sport e i sostitutivi dei pasti costituiscono un segmento di prodotti significativo e in crescita per l'industria.
5. L'e-commerce è un elemento di traino del settore negli ultimi decenni.
6. Il reddito discrezionale pro-capite incide positivamente sulla domanda e sulla performance del settore.
7. In crescita il numero di adulti di età pari o superiore a 65 anni influenza la domanda di vitamine e minerali.



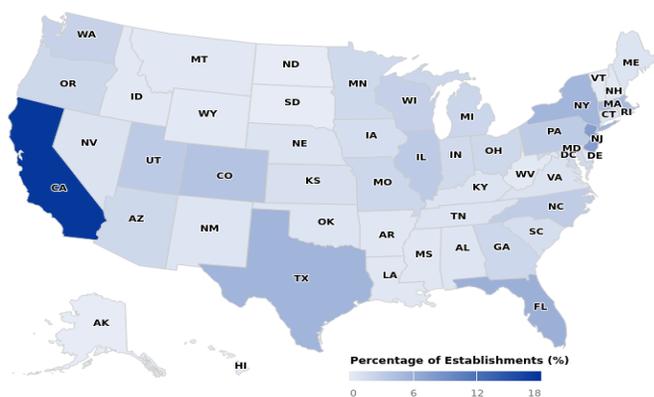
## LA PRODUZIONE

L'industria americana degli Integratori Alimentari ha fatturato circa 36,6 miliardi di \$ nel 2020.

Conta **1.279** imprese ed impiega oltre **39.363** addetti.

Le aziende del settore sono presenti su tutto il territorio americano ed in particolare, per il 18% nel Mid-Atlantico e il 22,8% nell'Ovest. Seguono, la California (17,5%), il New Jersey (7,5%), New York (5,3%) e la Florida (5,8%) con le maggiori concentrazioni di stabilimenti industriali.

Business Concentration in the United States



Vitamin & Supplement Manufacturing in the US  
Source: IBISWorld

Fonte: [IbisWorld](#)

## PRINCIPALI AZIENDE USA PER FATTURATO

Società	Quota mercato	Fatturato \$ USA
Nature's Bounty Co. Ltd	7%	\$2.6bn
Abbott Laboratories Inc.	2,6%	\$970.4 million
Pharmavite LLC,	1,5%	\$539.6 million

Fonte: [IbisWorld](#)

## CANALI DISTRIBUTIVI

Il commercio al dettaglio rappresenta il più grande mercato a valle per i beni dell'industria, e si stima pari al 60,9% delle vendite del settore.

Il più grande canale di vendita al dettaglio per gli integratori alimentari è rappresentato dai negozi specializzati in salute come GNC, The Vitamin Shoppe o Vitamin World.

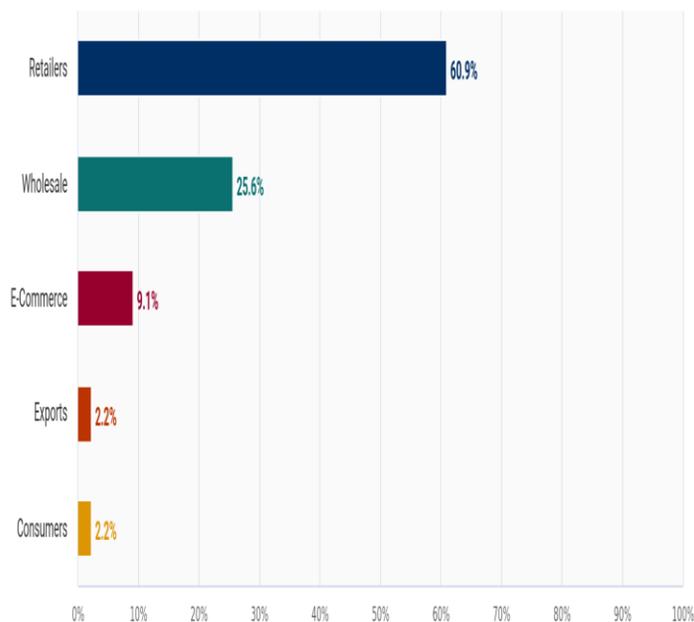
Seguono i **distributori all'ingrosso**, che rappresentano il 25,6% delle entrate del settore.

L' **E- Commerce** genera il 9,1% delle entrate del settore, con vendite online pari a \$ 19,4 milioni, di cui il 30% e' rappresentato dalle vitamine e minerali.

I consumatori principali sono i giovani tra i 25-34 anni.

Il principale player e' **Amazon Inc.**

Major Market Segmentation



2021 INDUSTRY REVENUE

**\$36.6bn**

Vitamin & Supplement Manufacturing  
Source: IBISWorld



## COMMERCIO INTERNAZIONALE

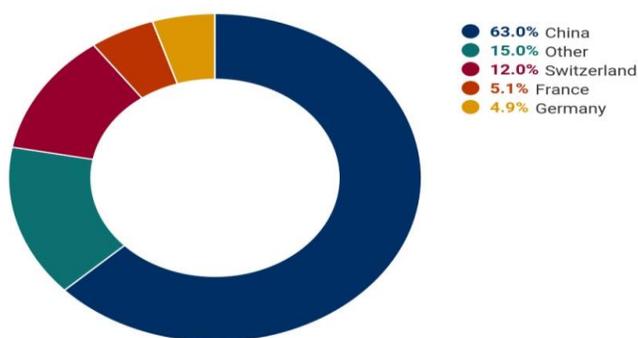
### IMPORT USA-MONDO ULTIMI 3 ANNI IN MILIONI \$



Fonte: [IbisWorld](#)

Nel 2020, l'import del settore dal mondo pari a \$ 1,4 miliardi, è cresciuto del 24,46 % rispetto al 2019.

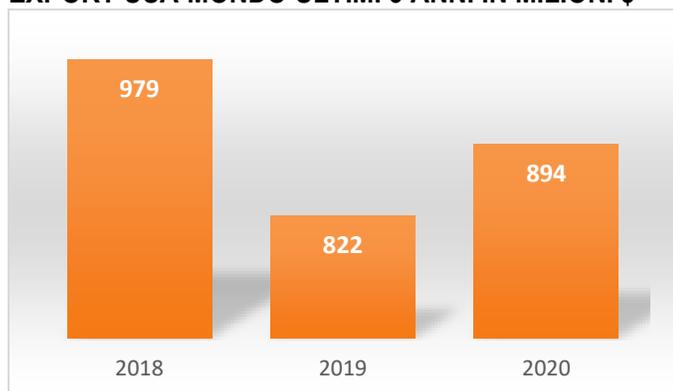
Imports



IMPORTS

Vitamin & Supplement  
Manufacturing  
Source: IBISWorld

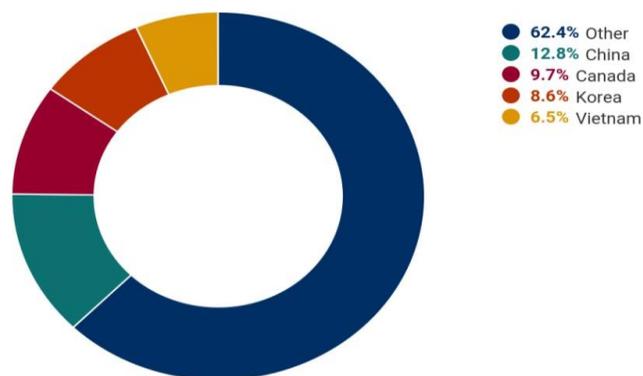
### EXPORT USA-MONDO ULTIMI 3 ANNI IN MILIONI \$



Fonte: [IbisWorld](#)

Nel 2020, l'export del settore vs mondo pari a \$ 894 milioni è cresciuto del 9% rispetto al 2019.

Exports



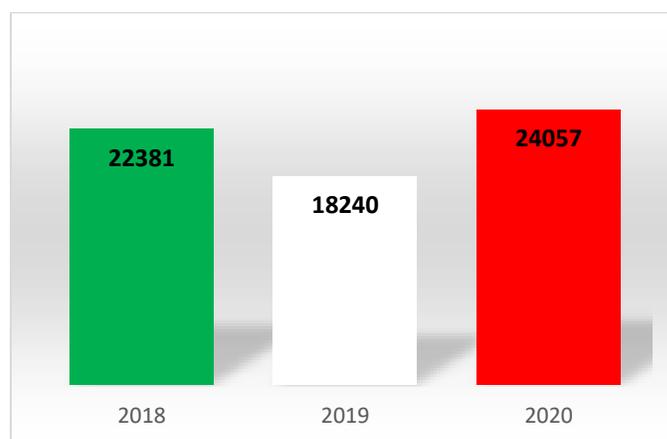
EXPORTS

Vitamin & Supplement  
Manufacturing  
Source: IBISWorld

Fonte: [IbisWorld](#)

L'Italia è il 7° Paese Fornitore USA nel settore degli integratori alimentari con una quota del 1,65%.

### EXPORT ITALIA VERSO USA ULTIMI 3 ANNI



Fonte: [US Department of Commerce](#)

Nel 2020 l'Italia ha esportato negli Stati Uniti 24.057 di \$ di integratori alimentari, con un trend positivo del 31,9% rispetto all'anno precedente.



## IMPORTARE NEGLI USA: DOGANA, NORMATIVE, CERTIFICAZIONI

Il settore è soggetto a un livello di regolamentazione medio, ma crescente, da parte di varie agenzie federali e statali.

La **FDA** (Food and Drug Administration) è l'Agenzia governativa che regola vendita, commercializzazione ed importazione dei prodotti alimentari e farmaceutici nel mercato USA, inclusi gli integratori alimentari.

### Contatto:

Federal and Drug Administration  
10903 New Hampshire Avenue  
Silver Spring, MD 20993-0002  
[www.fda.gov](http://www.fda.gov)

La procedura di registrazione FDA si svolge on line (costo annuale di 5.546 \$) ed è a cura dell'azienda produttrice ed esportatrice [se l'azienda che esporta è diversa dall'azienda che produce], richiede anche la nomina del FDA Agent ed è finalizzata ad ottenere il cosiddetto "numero FDA".

Codice doganale HS:2936 Provitamine e vitamine, naturali o sintetiche, derivati utilizzati principalmente come vitamine, e miscele dei precedenti.

Approvato nel 1994, il Dietary Supplements Health and Education Act (DSHEA) è un aggiornamento del Federal Food, Drug and Cosmetic Act; il DSHEA stabilisce gli standard per la sicurezza, l'etichettatura, la commercializzazione e la distribuzione degli integratori alimentari. La FDA è responsabile di garantire la conformità con il DSHEA, mentre la Federal Trade Commission (FTC) regola la commercializzazione degli integratori alimentari. Anche altre agenzie governative come la Consumer Product Safety Commission (CPSC) e il

Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) hanno un'influenza normativa su questo settore.

A differenza dei prodotti farmaceutici come i farmaci da prescrizione o da banco, gli integratori alimentari non devono essere approvati dalla FDA come sicuri ed efficaci prima di poter entrare nel mercato, anche se i produttori devono garantire che tutti gli ingredienti siano sicuri e che tutte le indicazioni sull'etichetta sono veritieri e non ingannevoli.

Pertanto, non ci sono disposizioni affinché la FDA approvi gli integratori alimentari per la sicurezza o l'efficacia prima che vengano venduti. La FDA deve dimostrare che un integratore non è sicuro prima di poter limitare l'uso del prodotto. Tuttavia, produttori e distributori sono responsabili di indagare su eventuali reclami dei consumatori o reazioni avverse ai loro prodotti e segnalarli direttamente alla FDA.

Devono inoltre seguire alcune linee guida come le attuali buone pratiche di fabbricazione (cGMP) per prevenire l'adulterazione e garantire che i prodotti abbiano forza e qualità costanti. Queste normative consentono alla FDA di condurre ispezioni regolari degli impianti di produzione, il che comporta un onere contabile significativo per gli operatori del settore.

Le leggi normative richiedono anche che tutti gli ingredienti di un prodotto integratore alimentare siano elencati sull'etichetta, come "fatti supplementari" o "altri ingredienti", e tutti i benefici per la salute previsti per gli integratori devono essere chiaramente indicati. Inoltre, i produttori di integratori non possono affermare che il loro prodotto possa trattare, prevenire o curare qualsiasi malattia, sebbene siano autorizzati a fare affermazioni scientificamente fondate sui benefici generali per il benessere generale che i loro prodotti possono avere.

### Example of Graphic Enhancements used by FDA



**Helvetica Regular 8 point with 1 point of leading**

**Franklin Gothic Heavy or Helvetica Black, flush left & flush right, no smaller than 13 point**

**3 point rule**

**7 point rule**

**1/4 point rule centered between nutrients (2 points leading above and 2 points below)**

**6 point Helvetica Black**

**8 point Helvetica Regular with 4 points of leading**

**All labels enclosed by 1/2 point box rule within 3 points of text measure**

**1/4 point rule**

**8 point Helvetica Regular, 4 points of leading with 10 point bullets**

**Type below vitamins and minerals (footnotes) is 6 point with 1 point of leading**

Nutrition Facts		Calories from Fat 120	
Serving Size 1 cup (228g)		% Daily Value*	
Servings Per Container 2			
<b>Amount Per Serving</b>			
<b>Calories 260</b>			
<b>Total Fat 13g</b>			
Saturated Fat 5g			
Trans Fat 2g			
<b>Cholesterol 30mg</b>			
<b>Sodium 660mg</b>			
<b>Total Carbohydrate 31mg</b>			
Dietary Fiber 0g			
Sugars 5g			
<b>Protein 5g</b>			
<b>Vitamin A 4%</b>	<b>Vitamin C 2%</b>		
<b>Calcium 15%</b>	<b>Iron 4%</b>		
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs:			
	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g



## INFORMAZIONI E CONTATTI UTILI

### PRINCIPALI FIERE

#### [SupplySide West](#)

27 e 28 ottobre 2021  
Las Vegas, NV, United States

#### [SupplySide East](#)

24 e 25 agosto 2021  
Secaucus, NJ, United States

I due trade show SupplySide East and West, sono considerati tra i principali eventi fieristici USA che riuniscono i fornitori e gli acquirenti globali nei settori degli integratori alimentari, alimenti, bevande, cura della persona e nutrizione sportiva. Gli eventi raggruppano un numero approssimativo di 17.000 fornitori ed acquirenti e piu' di 1300 espositori nelle categorie citate. Rappresentano, un'opportunità di raggiungere i decisori chiave di tutto il mondo nei mercati degli integratori alimentari, oltre la possibilità' di partecipare ad eventi educativi per scoprire le ultime innovazioni del settore.

#### [CPhI North America](#)

10 – 12 Agosto 2021  
Philadelphia, United States  
Edizione 2019 con 675 espositori; 6.500 visitatori; 43 paesi  
Padiglione ITA (110 mq) con 6 aziende italiane.

### CONFERENZE DEL SETTORE

#### [International Conference on Nutraceuticals and Nutrition Supplements \(ICNNS\)](#)

28 gennaio 2022  
New York, United States

#### [International Conference on Nutraceuticals, Nutraceutical Ingredients and Supplements \(ICNNIS\)](#)

22 aprile 2022  
New York, United States

#### [International Conference On Environment And Natural Science](#)

17-18 febbraio 2022  
Denver, United State

### PRINCIPALI ASSOCIAZIONI

Association	Website
Council for Responsible Nutrition (CRN)	<a href="https://www.crnusa.org/">https://www.crnusa.org/</a>
American Herbal Products Association (AHPA)	<a href="https://ahpa.org/">https://ahpa.org/</a>
Consumer Healthcare Products Association (CHPA)	<a href="https://www.chpa.org/">https://www.chpa.org/</a>
American Botanical Council (ABC)	<a href="https://abc.herbalgram.org/">https://abc.herbalgram.org/</a>
Organic Trade Association (OTA)	<a href="https://ota.com/">https://ota.com/</a>
United Natural Products Alliance (UNPA)	<a href="https://www.unpa.com/">https://www.unpa.com/</a>

### PRINCIPALI RIVISTE DI SETTORE

Megazine	Website
- Vitamin Retailer	<a href="http://www.vitaminretailer.com">www.vitaminretailer.com</a>
- Nutrition Industry Executive	<a href="http://www.niemagazine.com">www.niemagazine.com</a>
- Natural Practitioner	<a href="http://www.naturalpractitionermag.com">www.naturalpractitionermag.com</a>
- Natural Product Insider	<a href="http://www.naturalproductsinsider.com">www.naturalproductsinsider.com</a>
- Nutrition Industry Executive	<a href="http://www.niemagazine.com">www.niemagazine.com</a>



## CONSIGLI UTILI PER LE AZIENDE ITALIANE

1) Offerta di beni attualmente favoriti dal mercato:

E' importante che le aziende adattino il loro mix di prodotti per soddisfare i gusti dei consumatori in rapida evoluzione ed orientarsi vsi principali segmenti di mercato.

2) Competenze di marketing:

A causa dell'ampia gamma di prodotti disponibili sul mercato, orientare il marketing verso la domanda del mercato di prodotti specifici.

3) Capacità di navigare tra i requisiti normativi:

Questo settore deve tenere traccia delle restrizioni della FDA, delle leggi in sospenso sulla sicurezza degli integratori e degli attuali requisiti delle buone pratiche di fabbricazione (GMP) per evitare multe e possibili controversie.

4) Qualità

La domanda di prodotti industriali è fortemente correlata con le percezioni dei consumatori sulla qualità, l'efficacia e la sicurezza degli integratori alimentari. Pertanto, bisogna orientarsi verso input di altissima qualità per produrre un prodotto sicuro ed efficace.

5) Controllo degli accordi di distribuzione:

Le aziende che hanno stabilito reti di distribuzione efficienti ed estese, dai distributori di materie prime a monte ai grossisti e dettaglianti a valle, hanno maggiori probabilità di mantenere ed espandere la propria quota di mercato.

Rapporto creato da:



Ufficio ICE Los Angeles

Tel: +1 323 879 0950  
E-mail: [losangeles@ice.it](mailto:losangeles@ice.it)

