



## ANIFA

Associazione Nazionale dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

### NOTA STAMPA

**Automedicazione: Mercato in sofferenza, tiene grazie al delisting.  
Il presidente ANIFA Brovelli: "Invertire il trend negativo con una strategia di  
sviluppo dell'automedicazione va incontro alle esigenze dei cittadini e del  
Sistema Sanitario"**

Milano, 22 febbraio 2013 - Il 2012 è stato un anno difficile per il comparto dei farmaci senza obbligo di prescrizione: **a parità di classificazione i dati indicano un calo dei consumi pari al 5.4% e una contrazione della spesa pari al 3.7%**. Tuttavia, **grazie al delisting**, cioè ai provvedimenti di riclassificazione da farmaco con obbligo di prescrizione non rimborsabile a farmaco senza obbligo di prescrizione di oltre 350 confezioni di farmaci, **il mercato dei senza ricetta tiene con una diminuzione più contenuta dei consumi (-1,6%) e una crescita dei fatturati (+2,5%)** rispetto alla fotografia del mercato scattata nel 2011.

Considerando nel dettaglio le due categorie che costituiscono i farmaci senza obbligo di ricetta, si osserva una **contrazione delle vendite del 5,1% del numero di confezioni di farmaci di automedicazione o OTC (quelli cioè per i quali è consentita la comunicazione al grande pubblico)** con un fatturato pari a 1.675 milioni di euro, in diminuzione del 2,8%, mentre si registra un **tracollo delle vendite per i SOP (quelli che non possono comunicare direttamente al cittadino)** con una contrazione del 6,2% delle confezioni vendute (87,5 milioni) e del 5,6% della spesa (oltre 717 milioni di euro).

*"La crisi economica sta contribuendo ad acuire un trend negativo che caratterizza ormai da anni l'andamento del comparto dei farmaci di automedicazione e che da tempo auspichiamo possa essere invertito" commenta il presidente ANIFA Stefano Brovelli "I provvedimenti di delisting hanno generato un ampliamento dell'offerta dei farmaci senza obbligo di ricetta, ma su prodotti sui quali i cittadini non hanno strumenti di informazione sufficienti ed adeguati poiché appartenenti alla categoria di quei farmaci a cui non è consentita l'informazione diretta al pubblico."*

*"A nostro avviso" ha aggiunto Brovelli "è necessario allargare invece l'offerta dei farmaci senza obbligo di ricetta di automedicazione, favorendo nuovi switch di molecole da prescrizione a OTC e semplificandone l'iter burocratico. Una strategia di sviluppo dell'automedicazione, infatti, può giocare un ruolo cruciale nel favorire la sostenibilità del Sistema Sanitario in un momento di pressione sui conti pubblici, assicurando il benessere e la salute dei cittadini con prodotti sicuri ed efficaci per trattare lievi disturbi di salute".*

In termini di classi terapeutiche, nel 2012 i **farmaci per la cura delle affezioni respiratorie** (tosse, raffreddore) si confermano **al primo posto in termini di quota di mercato** (28,3% per un giro di affari di oltre 103 milioni di confezioni e fatturato di oltre 672 milioni di confezioni). **Seguono i farmaci gastrointestinali che si attestano al secondo posto** - con quasi 68 milioni di confezioni e 433 milioni di euro di fatturato (quota di mercato 18,2%) - **e gli analgesici** con oltre 57 milioni di confezioni e quasi 437 milioni di euro (quota di mercato 18,3%). **Quarto posto per dermatologici** con quasi 28 milioni di confezioni, 233 milioni di euro di fatturato e una quota di mercato del 9,8% a valori. **Scavalcata per la prima volta la classe delle vitamine e integratori che lasciano la loro posizione ai farmaci per l'apparato circolatorio**, quinti per importanza con oltre 14 milioni di confezioni e circa 158 milioni di euro di fatturato (quota di mercato pari al 6,6%), in parte per effetto del *delisting* e, in parte, per il passaggio di prodotti nella classe dei notificati.

**La farmacia si conferma essere il canale privilegiato** per l'acquisto dei farmaci senza obbligo di ricetta (quota di mercato pari al **93%** del giro di affari complessivo) Infine, secondo i dati IMS Health, il prezzo medio per le specialità senza ricetta si attesta a 7.6 euro, con aumenti medi contenuti e pari all'1.8%, inferiori in tutti i canali rispetto a quanto registrato dai dati di consuntivo 2011 (+3.2%).