



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale
dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

ANIFA

Settembre 2009

EDITORIALE

La crisi economica che ha coinvolto l'Industria mondiale, nel 2008 ha colpito marginalmente il comparto farmaceutico. Due i motivi: la crisi sarà probabilmente più visibile nei bilanci 2009 e il settore risente meno di altri del rallentamento dell'economia, visto che risponde a esigenze fondamentali dell'individuo e non dipende affatto dagli atteggiamenti "emozionali" o "consumistici".

L'andamento dei prodotti farmaceutici è da considerarsi un buon segno, ma non permette di abbassare la guardia. La competitività di un Paese si basa sulla capacità di stare sul mercato delle aziende dei comparti di punta, quelli con processi produttivi particolarmente sofisticati e altamente tecnologici. Peculiarità non solo dell'Industria Farmaceutica nel suo complesso, ma imprescindibile anche per la produzione dei farmaci da banco. Ai Paesi emergenti le lavorazioni che richiedono molta manodopera, ai Paesi maturi le lavorazioni di punta, "capital intensive".

Ecco perché chiediamo sostegni al Governo, senza un'Industria Farmaceutica sviluppata e forte, il Paese rischia il declassamento in serie B. Le Istituzioni devono credere nel nostro comparto e noi sapremo batterci per restare competitivi nella sfida globalizzata.

Sergio Daniotti
Presidente ANIFA

AUMENTARE L'OFFERTA PER FAR CRESCERE L'AUTOMEDICAZIONE

Consolidata la consapevolezza del ruolo importante che gioca l'automedicazione responsabile nel quadro generale del Servizio Sanitario Nazionale, rafforzata l'identità del brand con una autorevole campagna di comunicazione a favore del "bollino rosso" (il marchio di riconoscimento dei farmaci OTC), è chiaro che il comparto può crescere solo attraverso un ampliamento dell'offerta. Il punto è importante e lo chiarisce Enrico Allievi, direttore di Anifa.

D. Poter offrire nuove molecole è fondamentale, cosa chiede il vostro comparto all'Autorità?

R. Innanzitutto è giusto chiarire che molto è già stato fatto e oggi l'offerta di medicinali di automedicazione è un po' più ricca del passato. Ma molto è ancora da fare e i livelli dovrebbero essere due: quello nazionale, con procedure di switch decise dal Governo italiano, e quello internazionale, con passaggi centralizzati a livello europeo, validi automaticamente in tutti i Paesi. Nell'ultimo anno, al contrario, le nuove molecole OTC immesse sul mercato sono frutto unicamente di switch a livello europeo. Confidiamo in un'inversione di rotta.

D. Che cosa chiedete dunque al Governo?

R. La cosa più importante sarebbe un allineamento alla situazione generale europea con un sistema efficiente sul piano della burocrazia, il che significa: certezza nei tempi e velocità delle decisioni. Occorre sempre ricordare che il farmaco di automedicazione "è un farmaco" e in molti casi risulta essere, oltre ad un efficace e provato rimedio per il trattamento dei piccoli disturbi, un valido strumento per il controllo della spesa farmaceutica e che due terzi delle confezioni sono ancora prodotte in Italia mentre molti farmaci nuovi vengono importati.

D. Senza nuova offerta non c'è sviluppo, quindi?

R. Proprio così: il mercato è sostanzialmente stagnante (meno 3,3% gli ultimi dati relativi al 2009) e solo nuove

molecole e nuove aree terapeutiche possono rilanciarlo. La nuova influenza forse porterà a un picco di vendite, ma si capisce subito che è un fenomeno congiunturale, non una crescita sostanziale e solida del comparto.

D. Con il 1° ottobre diventa operativa la riorganizzazione dell'AIFA. Come vede questa novità?

R. La razionalizzazione per funzioni dell'Agenzia Italiana del Farmaco porterà sicuramente dei benefici all'industria e al cittadino. L'istituzione di specifiche aree di competenza interne all'organizzazione permetterà un'analisi più efficiente e approfondita delle scelte in materia di procedure registrative e politica del farmaco. Auspichiamo che nella nuova organizzazione non si siano "dimenticate" le istanze dell'automedicazione prevedendo un'unità dedicata. Altro rafforzamento indispensabile è quello nei confronti della lotta alla contraffazione, una delle problematiche più urgenti del mercato che merita di essere affrontata con misure decise e tempestive.

D. Polemiche sui prezzi, qual è la vostra posizione?

R. La liberalizzazione ha reso possibili sconti forti, certo, permangono alcuni casi di significative sperequazioni nei prezzi, ma questo è, secondo noi, soltanto la prima fase, forse immatura, della liberalizzazione. Siamo sicuri che con il tempo, la concorrenza porterà i prezzi a un riallineamento generale con sostanziali vantaggi per i cittadini.

Sommaro

- *Aumentare l'offerta per far crescere l'Automedicazione* Pag. 1
- *Il mercato farmaceutico in Italia* Pag. 2
- *Automedicazione: il 2009 è in flessione* Pag. 2
- *OTC e prodotti per la salute a confronto* Pag. 3
- *Influenza A: il contributo dell'Automedicazione* Pag. 4

IL MERCATO FARMACEUTICO IN ITALIA

Nei primi sette mesi dell'anno in Italia sono state acquistate quasi 1,1 miliardi di confezioni di medicinali - con un incremento dell'1,9% - per un controvalore di 11,5 miliardi di euro.

Dall'analisi dei dati sembra delinearsi anche per il 2009 un trend in crescita dei volumi di vendita di farmaci, anche se, a differenza degli anni precedenti, non si registra una flessione del mercato a valori. Si evidenziano, tuttavia, andamenti differenti tra farmaci rimborsabili dal SSN - che crescono del 4,1%, con 703 milioni di unità vendute - e farmaci a carico del cittadino - in flessione del 2,3% con 360 milioni di confezioni vendute.

Il comparto che soffre mag-

giormente è quello dei farmaci non prescription e, in particolare, quello delle specialità di automedicazione che evidenziano la perdita più consistente (quasi 4%); queste ultime, infatti, vedono progressivamente ridurre il proprio peso all'interno del settore farmaceutico: solo due anni fa coprivano il 13,8% delle vendite mentre

oggi ne rappresentano il 12,6%.

Degli oltre 11 miliardi di euro spesi per farmaci da gennaio a luglio, oltre 10 sono relativi alle specialità acquistabili con ricetta medica (8 a carico del SSN e 2 a carico del cittadino), mentre poco più di 1 miliardo è stato speso per farmaci senza obbligo di prescrizione.

Il mercato farmaceutico in Italia (sell out; gennaio-luglio 2009)

CATEGORIE FARMACI	VOLUMI			VALORI		
	(000)	Quota	± %	(000)	Quota	± %
FARMACI CON OBBLIGO DI RICETTA	874.788	82,3%	3,0%	10.208.518	89,0%	3,0%
Rimborsabili (Classe A)	702.725	66,1%	4,1%	8.336.498	72,7%	3,1%
Non rimborsabili (Classe C)	172.063	16,2%	-1,2%	1.872.020	16,3%	2,5%
FARMACI SENZA OBBLIGO DI RICETTA	188.245	17,7%	-3,3%	1.258.663	11,0%	-1,1%
Farmaci Automedicazione	134.337	12,6%	-3,9%	922.385	8,0%	-1,9%
Farmaci S.P.	53.908	5,1%	-1,5%	336.278	2,9%	1,2%
TOTALE FARMACI	1.063.033	100,0%	1,9%	11.467.180	100,0%	2,5%

Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

AUTOMEDICAZIONE: IL 2009 E' IN FLESSIONE

Il mercato dei farmaci senza obbligo di ricetta continua a soffrire. Sono infatti diminuite di 3,3 punti percentuali le confezioni acquistate dagli italiani nei primi 7 mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le specialità di automedicazione, cioè quelle per le quali è possibile fare comunicazione al cittadino, risentono maggiormente di questa congiuntura lasciando sul terreno quasi 4 punti, mentre quelle che non possono fare pubblicità (SP) registrano una flessione dell'1,5%. Da gennaio a luglio i cittadini hanno acquistato complessivamente 188 milioni di confezioni di farmaci senza obbligo di ricetta medica, di cui 134 milio-

ni di specialità OTC (71,4%) e 54 milioni di SP (28,6%). I 188 milioni di confezioni hanno generato un giro d'affari pari a 1.259 milioni di euro, in contrazione dell'1,1% rispetto al 2008; di questi 922 milioni sono stati spesi per specialità di automedicazione (in flessione dell'1,9%) e i restanti 336 milioni per farmaci senza accesso alla pubblicità (+1,2%).

Nonostante l'acceso dibattito, prosegue l'apertura di parafarmacie e corner Gdo che ammontano rispettivamente a 2.700 e 251. I punti vendita alternativi alla farmacia continuano ad erodere progressivamente quote di mercato al c.d. canale tradizionale, è infatti salita al

4,2% la quota di vendite a volume realizzata attraverso le parafarmacie (8 milioni di confezioni) e al 3,4% quella della Gdo (6 milioni di confezioni), mentre le vendite delle farmacie - con 174 milioni di unità - scendono al 92,4% (a dicembre 2008 le vendite delle farmacie coprivano il 93,2% delle confezioni acquistate dagli italiani). In termini di trend del mercato, le farmacie lasciano sul terreno 5 punti percentuali per i farmaci non prescription, mentre parafarmacie e Gdo vedono un incremento dei volumi di vendita rispettivamente del 21,7% e del 13,8%.

Viene da chiedersi se la flessione delle vendite per le specia-

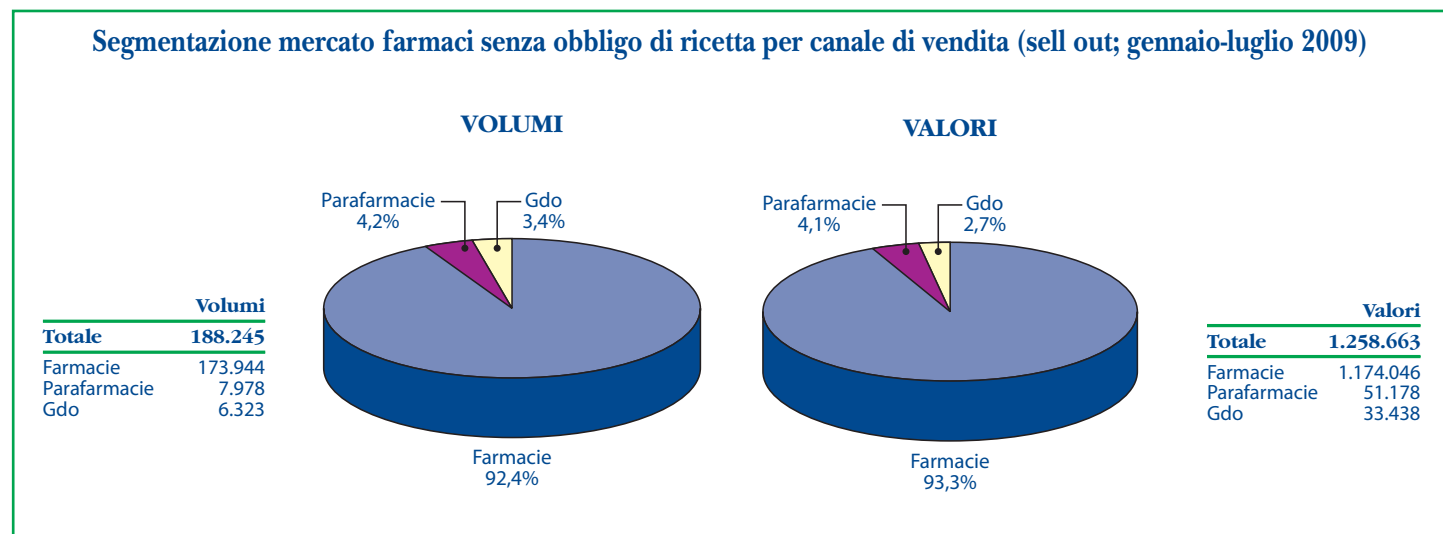
lità che non sono rimborsate dallo Stato possa essere legata alla congiuntura economica negativa dell'ultimo anno. Un certo impatto può esserci stato, però non si può non sottolineare che per quanto riguarda i farmaci di automedicazione – grazie alla liberalizzazione del sistema di determinazione del prezzo e all'apertura di nuovi punti vendita – il prezzo di que-

ste specialità sia diminuito rispetto ad alcuni anni fa. Un altro dato che è interessante sottolineare, in controtendenza a quanto appena detto, è la notevole - e da anni costante - crescita di "prodotti per la salute" (omeopatici, notificati, integratori, erboristici).

Questi prodotti, pur non essendo farmaci, si presentano con un posizionamento che li avvicina

ai farmaci OTC e, sfruttando i minori vincoli e regole, riescono a godere di una maggiore innovazione di gamma (che per l'automedicazione quasi non esiste, se non in forma di miglioramento di molecole già esistenti sul mercato) e di una comunicazione al cittadino più diretta e libera, di fatto erodendo quote di mercato alle specialità medicinali.

Segmentazione mercato farmaci senza obbligo di ricetta per canale di vendita (sell out; gennaio-luglio 2009)



Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

OTC E PRODOTTI PER LA SALUTE A CONFRONTO

L'analisi del mercato dei prodotti a connotazione farmaceutica, ma che farmaci non sono, merita un approfondimento trattandosi di un settore sempre più rilevante e impattante anche per quello dei farmaci di automedicazione. Il dato più significativo è che si tratta di un comparto che da anni vede una crescita consi-

stente: nel 2008 i prodotti notificati sono cresciuti a volumi dell'11,1%, gli omeopatici del 5% e gli erboristici del 12,1% e nel 2009 i valori sono rispettivamente dell'8,9%, del 5,3% e del 3,8%. Anche per questa tipologia di prodotti la farmacia soffre maggiormente rispetto a parapharmacie e corner Gdo, seppure il dato sia positivo.

Da notare altresì che non è per motivi economici che ci si rivolge a queste tipologie di prodotti anziché alle specialità medicinali, essendo il loro prezzo medio quasi il doppio. Se a luglio 2009 i farmaci OTC costano mediamente 6,7 euro, gli omeopatici sfiorano i 10 euro, mentre gli erboristici e i notificati superano i 12 euro.

Segmentazione mercato (volumi di vendita; migliaia) prodotti a connotazione farmaceutica per canale di vendita (sell out; gennaio-luglio 2009)

	Farmacia	± %	Parafarmacia	± %	Gdo	± %	Totale	± %
Prodotti Omeopatici	13.074	1,0	1.184	49,2	183	29,1	14.441	5,3
Prod. Uso Erboristico	7.682	1,6	1.204	12,0	148	52,4	9.035	3,8
Altri	71.685	6,5	4.590	34,7	1.717	40,1	77.992	8,9

Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

INFLUENZA A: IL CONTRIBUTO DELL'AUTOMEDICAZIONE

L'avvento della nuova influenza A in questi ultimi mesi ha catalizzato l'attenzione di stampa e televisioni: toni allarmistici hanno spesso capeggiato sulle prime pagine di molti giornali a scapito di un'informazione di servizio in grado evitare comportamenti impulsivi nella popolazione. Il primo netto cambio di direzione è arrivato lo scorso 9 settembre quando il vicesegretario della Salute, Ferruccio Fazio, al termine dell'incontro dell'unità di crisi, ha dichiarato che la malattia legata al virus dell'influenza A è più leggera del previsto e non desta reali motivi di preoccupazione. Il giorno successivo, giovedì 10 settembre Anifa ha invitato la stampa milanese ad un appuntamento dedicato al contributo dei farmaci da banco nel tenere sotto controllo i principali sintomi influenzali. A presiedere l'incontro (foto a destra) dal titolo "Influenza "A", influenza "stagionale" e semplici raffreddori: come riconoscerli e qual è il contributo dei farmaci di automedicazione" sono stati invitati il virologo dell'Università di Milano, Fabrizio Pregliasco e in rappresentanza dei medici di medicina generale, Aurelio Sessa, Presidente Regionale per la Lombardia di SIMG.

Pregliasco ha presentato lo scenario epidemiologico per l'inverno 2009/2010 sostenendo che nella peggiore delle ipotesi, l'influenza potrebbe mettere a letto circa 10 milioni di italiani: un terzo con il virus stagionale (che quest'anno sarà ancora Australiana) e due terzi con la nuova influenza. Il virologo ha ricordato che a questo numero bisognerà inoltre aggiungere altri 10 milioni di casi aggiuntivi, causati dalle infezioni simil-influenzali, i cosiddetti virus 'cugini'. "Per non creare falsi allarmi - è intervenuto Sessa - è fondamentale ricordare che qualsiasi forma infettiva respiratoria che non si presenti contemporaneamente con febbre, un sintomo

respiratorio e un sintomo sistemico a esordio brusco, potrebbe essere causata dai moltissimi virus o batteri che non sono riconducibili al virus dell'influenza." Entrambi gli esperti hanno precisato che nel paziente sano, dove non siano presenti complicanze o malattie croniche, e per il raffreddore, il trattamento è sintomatico, cioè volto ad alleviare il mal di testa e di gola, il naso chiuso, la febbre e la tosse, con il ricorso ai farmaci da banco. Gli specialisti hanno così evidenziato come l'automedicazione sia una pratica che facilita un'efficiente gestione dell'epidemia in grado di evitare un affollamento immotivato presso strutture sanitarie e ambulatori medici.



Il tradizionale appuntamento con l'**Osservatorio Anifa** è stato fissato per il prossimo 10 novembre presso la sala Mascagni del Grand Hotel Plaza. L'appuntamento vedrà confrontarsi esperti, economisti, esponenti del mondo scientifico, che offriranno aggiornati e puntuali contributi e spunti di riflessione sulle tematiche di maggior interesse per il comparto.

Edito da:



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale
dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

Direttore Responsabile: Claudio Benedetti
Registrazione Tribunale di Milano
(N.REG. 109 DEL 01/03/04)

Via Giovanni da Procida, 11
20149 Milano
telefono 02/345.65.251
fax 02/345.65.621
e-mail: anifa@federchimica.it
<http://anifa.federchimica.it>



Stampa: Grafiche Saita di Antonio Saita - Via Simone D'Orsenigo 2 - Milano