



EDITORIALE

Le diverse associazioni nazionali dell'industria dell'automedicazione si sono date appuntamento lo scorso novembre a Parigi per confrontarsi e per discutere con Unione Europea, EMEA e Direttori delle Agenzie nazionali le vie per migliorare la regolazione di queste specialità in particolare per quanto attiene i seguenti punti: accesso al mercato, comunicazione al pubblico (pubblicità, marchi ad ombrello, packaging, ecc.) e pricing. Appare chiaro come il settore viva in tutta Europa problematiche comuni e come sia necessario perseguire la via delle sinergie. Ancor di più, in un momento particolare come quello che stiamo vivendo, la necessità di interventi decisi e coordinati e il coraggio di saper guardare al futuro in una prospettiva strategica di lungo periodo è quanto i produttori europei di farmaci di automedicazione chiedono ai propri governi e all'Europa, convinti di poter fornire un importante contributo all'economia e ai sistemi sanitari dei propri paesi. A rappresentare le istituzioni per l'Italia, è intervenuto il Prof. Guido Rasi, Direttore Generale di AIFA, che ha affrontato i temi chiave dell'automedicazione in Italia, dalle politiche distributive e dei prezzi ai recenti switch, e ha successivamente illustrato alcuni dati relativi al settore. L'intervento del Prof. Rasi all'incontro rappresenta un importante riconoscimento dell'automedicazione quale pratica caratteristica di un sistema sanitario nazionale efficiente e funzionale: un "servizio" per il cittadino e un contributo per la crescita del Paese.

Sergio Daniotti

Presidente FEDERCHIMICA-ANIFA

ANIFA, FEDERFARMA E UNC INSIEME PER INFORMARE IMMIGRATI E TURISTI

L'Italia è sempre più un Paese multietnico, dove convivono persone appartenenti a culture differenti, che parlano lingue diverse e hanno abitudini proprie. Partendo da questa semplice considerazione, e nell'ottica di fornire il proprio contributo all'integrazione, Anifa, Federfarma e UNC hanno deciso di realizzare una guida all'automedicazione con indicazioni in italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo e arabo.

Quali le finalità di questa iniziativa?

Sergio Daniotti, presidente Anifa: "Riteniamo sia tra i nostri compiti fondamentali fornire al cittadino informazioni quanto più possibile chiare sull'utilizzo del farmaco di automedicazione. Tenuto conto che in Italia parte della popolazione è composta da immigrati che, talvolta, hanno difficoltà con la nostra lingua, abbiamo ritenuto opportuno realizzare questo opuscolo grazie al quale molti di loro, ma anche i milioni di turisti che ogni anno visitano il nostro Paese, potranno trovare nelle farmacie utili informazioni nella loro lingua per riconoscere i farmaci da banco, distinguere i piccoli disturbi per i quali sono indicati e comprendere le regole per il loro corretto utilizzo".

Annarosa Racca, presidente di Federfarma: "Il farmacista riveste sempre più spesso il ruolo di mediatore culturale su quanto attiene alla salute e al farmaco. Oggi si affidano ai servizi della farmacia anche persone che parlano male la lingua italiana, che soffrono di patologie diverse e affrontano il disturbo con un'ottica differente dalla nostra, per motivi culturali o religiosi.

La farmacia è, anche per queste persone, un punto di riferimento importante perché costituisce il primo accesso all'assistenza sul territorio. In quest'ottica, il pieghevole multilingue realizzato con Anifa e UNC non può che agevolare la relazione tra il farmacista e i turisti o gli stranieri che vivono in Italia".

Massimiliano Dona, Segretario Generale Unione Nazionale Consumatori: "Tra i diritti fondamentali del consumatore, il

(Prosegue a pag. 4)

Sommario

- *Anifa, Federfarma e UNC insieme per informare immigrati e turisti* Pag. 1
- *Mercato non prescription: preconsuntivo 2008* Pag. 2
- *Uno sguardo al mercato farmaceutico complessivo* Pag. 2
- *Il mercato a livello regionale: quale contributo per l'OTC?* Pag. 3
- *L'automedicazione per tutti* Pag. 4

MERCATO NON PRESCRIPTION: PRECONSUNTIVO 2008

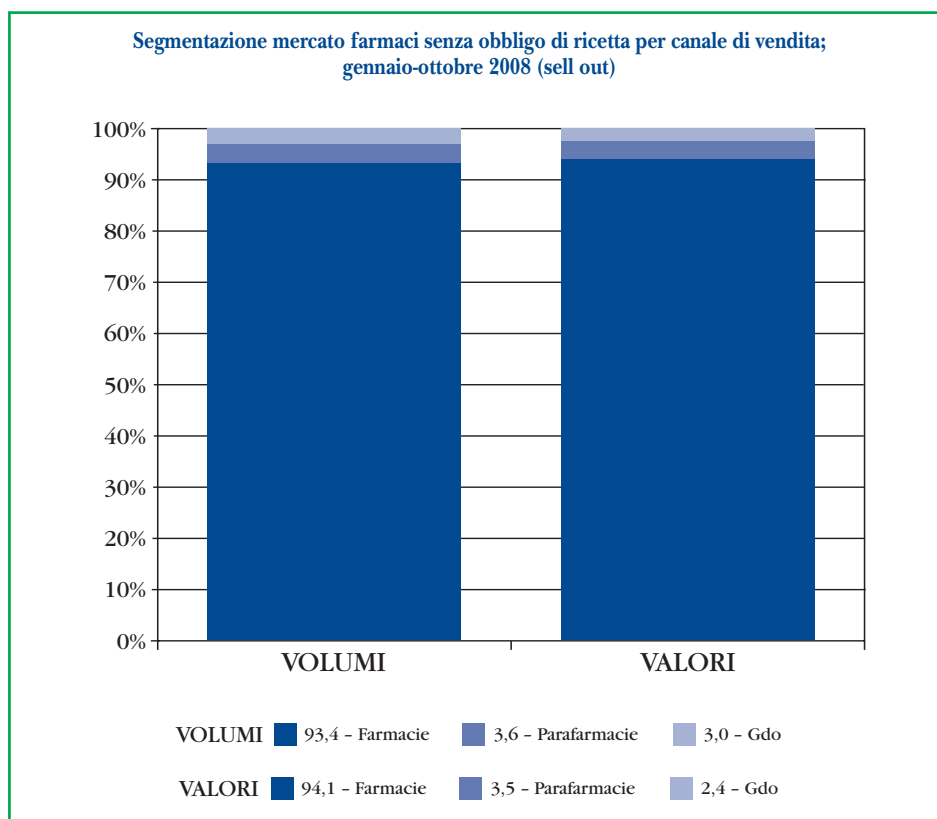
Un mercato al palo, questa la fotografia del preconsuntivo del 2008. Si confermano, infatti, vendite appiattite sui livelli dell'anno precedente a dispetto di un incremento costante del numero di punti vendita in cui i cittadini possono acquistare le specialità medicinali senza obbligo di ricetta. Questi dati dimostrano una volta di più che i driver dello sviluppo di un mercato che continua a seguire l'andamento di fenomeni epidemiologici non sono ravvisabili nel numero di punti vendita e nell'utilizzo del prezzo come leva competitiva.

Si tratta piuttosto di misure che danno vantaggi al cittadino e, in quest'ottica, vanno letti positivamente. Ma da un punto di vista industriale occorre fare di più.

Le vendite di farmaci senza obbligo di prescrizione medica, infatti, nei primi 10 mesi dell'anno si attestano a quasi 275 milioni di confezioni e sono allineate a quelle dello stesso periodo dell'anno precedente (+0,1%).

La categoria in esame è composta dai farmaci di automedicazione (OTC) che, con 198,3 milioni di confezioni acquistate dagli italiani, evidenziano una lieve flessione dello 0,5% e dai farmaci S.P. per i quali non è consentito fare pubblicità al pubblico che con 76,6 milioni di unità vendute sono cresciute dell'1,8% sostanzialmente per effetto delle patologie stagionali (sono infatti i prodotti antinfluenzali e per l'apparato respiratorio a trainare le vendite).

Lo spaccato delle vendite a valore, che complessivamente sfiorano i 1.800 milioni di euro, evidenzia come le specialità di automedicazione - con 1.330 mi-



Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

lioni di euro - coprono il 74% del giro d'affari prodotto e siano allineate a quelle dell'anno precedente (+0,3%), mentre il restante 26% è rappresentato dai farmaci S.P. che con quasi 465 milioni di euro hanno recuperato il 2,5%.

Le farmacie continuano ad essere il canale maggiormente utilizzato dai cittadini, nonostante parafarmacie e corner della GDO stiano lentamente erodendo quote di mercato.

Le prime, infatti, coprono in 10 mesi il 93,4% delle vendite a volume e il 94,1% del giro d'affari, mentre parafarmacie e GDO si dividono rispettivamente il 3,6% e il 3,0% delle confezioni vendute e il 3,5% e 2,4% a valore.

Con riferimento al modello distributivo adottato in Italia è importante sottolineare come questo abbia contribuito positivamente a tutelare il cittadino, ga-

rantando - con la presenza del farmacista anche in esercizi diversi dalla farmacia - un filtro e un'assistenza professionale indispensabili per la vendita di prodotti che sono farmaci e non beni di largo consumo.

Peraltro, da una recente indagine del Censis emerge come il farmacista (77%) segua il medico di medicina generale (97%) come soggetto deputato a fornire informazioni sui farmaci.

Non solo, circa il 70% degli italiani è favorevole alla vendita in luoghi diversi dalla farmacia - nonostante siano solo il 18% coloro che hanno effettivamente acquistato farmaci nei canali alternativi. Per il 57% degli italiani quindi la quasi totalità di coloro disposti a rivolgersi non solo alla farmacia per l'acquisto di queste specialità - la vendita deve avvenire sempre e comunque alla presenza di un farmacista.

UNO SGUARDO AL MERCATO FARMACEUTICO COMPLESSIVO

Da gennaio ad ottobre sono state vendute in Italia quasi 1,5 miliardi di confezioni di medicinali (l'1,3% in più rispetto al 2007), per un controvalore che sfiora i 16 miliardi di euro, in diminuzione dell'1% per effetto delle misure di contenimento della spesa farmaceutica e della liberalizzazione del sistema di definizione dei prezzi per i farmaci non prescription. Infatti, le specialità rimborsabili dal SSN hanno visto crescere del 2,5% i volumi di vendita (951 milioni di unità) a fronte di una contrazione dell'1,3% del proprio controvalore (11 miliardi di euro), mentre per i farmaci con obbligo di ricetta a carico del cittadino si osserva un

Il mercato farmaceutico in Italia; gennaio-ottobre 2008 (sell out)	VOLUMI			VALORI		
	(000)	Quota	± %	(000)	Quota	± %
FARMACI CON OBBLIGO DI RICETTA	1.198.848	81,3%	1,5%	13.969.397	88,6%	-1,2%
Rimborsabili (Classe A)	950.594	64,5%	2,5%	11.352.202	72,0%	-1,3%
Non rimborsabili (Classe C)	248.254	16,8%	-2,0%	2.617.196	16,6%	-0,7%
FARMACI SENZA OBBLIGO DI RICETTA	274.935	18,7%	0,1%	1.795.296	11,4%	0,8%
Farmacie	198.351	13,5%	-0,5%	1.330.550	8,4%	0,3%
Parafarmacie	76.584	5,2%	1,8%	464.746	2,9%	2,5%
TOTALE FARMACI	1.473.783	100,0%	1,3%	15.764.693	100,0%	-1,0%

calo dei volumi di vendita del 2% (248 milioni di unità) e dello 0,7% a valore (2,6 miliardi di euro).

Un dato interessante è che quasi 1 farmaco su 5 acquistato dagli italiani è senza obbligo di prescrizione

medica. Questi rappresentano infatti il 18,7% delle confezioni che sono state vendute negli ultimi 10 mesi. Tuttavia, il peso di queste specialità scende a poco più dell'11% nell'analisi a valore.

IL MERCATO A LIVELLO REGIONALE: QUALE CONTRIBUTO PER L'OTC?

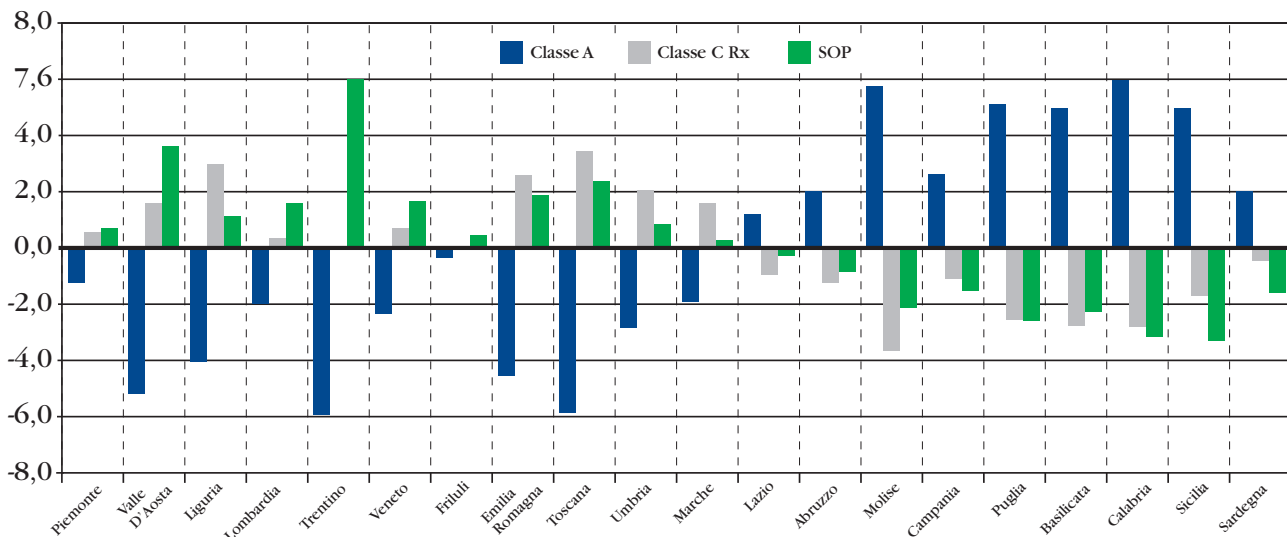
Per l'anno mobile a ottobre 2008 (novembre 2007-ottobre 2008) si osserva una marcata differenza a livello regionale della spesa per assistenza farmaceutica erogata tramite le farmacie. Questa divergenza dipende da motivi comportamentali dei cittadini legati ad aspetti socio-economici, dalle differenti politiche regionali di governo della spesa farmaceutica e dalla definizione di differenti assetti dei Servizi Sanitari regionali, intesi sia come diversa struttura dell'offerta assistenziale sia come adozione di differenti modalità di distribuzione dei farmaci. I farmaci rimborsa-

ti dal SSN e non, ma ancora di più quelli senza obbligo di prescrizione, presentano trend essenzialmente speculari. Le regioni del Nord, nelle quali è maggiormente diffuso il ricorso ai prodotti OTC, sono quelle in cui l'incidenza per la spesa farmaceutica a carico dello Stato è nettamente inferiore alla media nazionale e viceversa. In linea generale si può osservare come l'incidenza dei medicinali rimborsabili nelle regioni del Sud si collochi su valori superiori alla media nazionale (72%) con un dato che si attesta sul 77-78%, mentre è più bassa nelle regioni settentrionali con valori che si

aggirano intorno al 66-67%. Stessa differenza si registra osservando i dati di spesa media pro capite per farmaci. In media, in Italia, sono stati spesi 320 euro pro capite per l'acquisto di farmaci, di questi: 231 sono relativi a farmaci rimborsabili, 54 a farmaci con obbligo di prescrizione a carico del cittadino e 36 euro sono stati spesi complessivamente per i farmaci senza obbligo di ricetta.

Per questi ultimi, rispetto alle spesa media pro capite si osservano dati che si collocano all'interno dell'intervallo che va dai 47 euro della Liguria ai 24 euro della Basilicata.

Peso spesa farmaceutica regionale per classe: scostamento della media nazionale (anno mobile ottobre 2008)



(Continua da pag. 1)

Codice del Consumo riconosce quello alla salute.

In questo ambito, l'automedicazione assume un ruolo di primaria importanza, a patto che se ne faccia un uso consapevole e informato.

E' proprio per guidare i consumatori verso una maggiore comprensione e un corretto utilizzo dei farmaci di automedicazione che l'Unione Nazionale Consumatori ha contribuito alla realizzazione dell'opuscolo informativo multi-

lingue 'Farmaci senza obbligo di ricetta'. Dando alcune semplici 'regole' e consigli su quando e come si può ricorrere all'automedicazione, vogliamo 'formare' consumatori consapevoli che sappiano godere a pieno del diritto alla salute".

L'AUTOMEDICAZIONE PER TUTTI

Il 12 novembre scorso, a Milano, Anifa, Federfarma e Unione Nazionale Consumatori nella splendida cornice di palazzo Bovara hanno presentato alla stampa il nuovo opuscolo multilingue per una corretta automedicazione. La definizione di farmaco di automedicazione quale medicinale acquistabile senza ricetta medica, riconoscibile dal bollino rosso e indicato per problemi transitori di salute come malesseri stagionali, dolori episodici, disturbi digestivi: queste alcune delle informazioni conte-

nute nell'opuscolo redatto in sette lingue per arrivare a informare anche quella quota sempre più importante degli stranieri in Italia. Secondo l'ultimo rapporto Caritas gli stranieri residenti in Italia sono il 6,7% della popolazione. Tra questi ci sono soprattutto europei (52%) e africani (23,2%), seguiti da asiatici (16,1%) e americani (8,6%).

A questa popolazione, prevalentemente giovane, ma anche a tutti i turisti che si recano nel nostro Paese, si rivolge l'opuscolo redatto in italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo e arabo.

Il pieghevole, stampato in quasi due milioni di copie, è stato distribuito nelle oltre 17.900 farmacie italiane.



Edito da:



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

Direttore Responsabile: Claudio Benedetti
Registrazione Tribunale di Milano
(N.REG. 712 DEL 01/12/03)

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

