



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale
dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

ANIFA

Dicembre 2012/Gennaio 2013

EDITORIALE

Il 2012 è stato un anno difficile per il settore farmaceutico in generale che ha sofferto per le politiche di taglio alla spesa pubblica e il quadro normativo in continua trasformazione. Lo è stato anche per il comparto dei farmaci senza obbligo di ricetta, di automedicazione il quale, a causa della perdurante crisi economica, sta assistendo ad una pesante contrazione delle vendite che acuisce una situazione di mercato stagnante da oltre un triennio.

L'anno che ci attende si preannuncia, quindi, pieno di ostacoli da superare e sfide da vincere.

Diversi gli ambiti di azione: da una sburocratizzazione del sistema, alla realizzazione di un'unica classe per i farmaci senza obbligo di prescrizione, per allinearci all'Europa e, specie in epoca di *delisting*, per dare la possibilità ai cittadini - sempre più attenti e sensibili in materia di salute - di essere informati su farmaci che non hanno bisogno della ricetta, come dice il bollino sulla confezione, ma sui quali, paradossalmente, è vietata qualsiasi forma di comunicazione diretta.

Come Associazione Industriale guardiamo al futuro con operoso ottimismo, certi di poter continuare a parlare al cittadino e a collaborare con i farmacisti e i medici di medicina generale, i suoi primi interlocutori per l'assistenza sanitaria. Indispensabile, naturalmente, è la collaborazione con l'Agenzia Italiana del Farmaco e, con essa, il contributo della politica allo sviluppo del settore, specie in un anno come il 2013 che si aprirà con le elezioni.

Di grande attualità politica è, in questi giorni, il dibattito sulla sostenibilità del Sistema Sanitario sul lungo periodo. In questo scenario, il ricorso ai farmaci di automedicazione può giocare un ruolo cruciale per liberare risorse pubbliche e venire incontro alla sempre maggiore autonomia dei cittadini. Un buon motivo per dare un maggiore impulso all'allargamento dell'offerta oggi disponibile senza ricetta.

Il nostro augurio è che la politica trovi soluzioni efficaci e durature per garantire l'appropriatezza dell'assistenza sanitaria sapendo di poter contare anche sul supporto dei farmaci di automedicazione.

A tutti voi, cari amici, buone feste e un arrivederci al nuovo anno!

Stefano Brovelli
Presidente ANIFA

GIOVANI E FARMACI ON LINE:
LA VERA FORZA È DIRE NO!

Dal 23 novembre, giorno della 10a Giornata Nazionale della Sicurezza nelle Scuole, è on line lo spot video realizzato da Cittadinanzattiva in collaborazione con ANIFA dal titolo "LA VERA FORZA È DIRE NO!" per far riflettere i giovani sui rischi causati dalla contraffazione dei farmaci e sul loro acquisto in internet.



Il video è stato realizzato sulla base di uno storyboard ideato e progettato dai ragazzi del Liceo Classico E. Montale di Roma, vincitori del Premio Speciale nell'ambito del progetto "La salute vien cliccando?" che vede collaborare ANIFA e Cittadinanzattiva già dal 2010 su progetti finalizzati a sensibilizzare gli studenti delle scuole secondarie e i loro insegnanti circa i rischi legati all'uso delle nuove tecnologie - internet, social network, blog - per la ricerca di informazioni e consigli sulla propria salute.

Protagonista del video è un ragazzo sui 16 anni dal fisico magrolino che vorrebbe vedere un se stesso muscoloso e forte. Così decide di cercare su internet una soluzione digitando la domanda "come farsi un fisico più fico". In risposta, una serie di link e foto che pubblicizzano il marchio "Power Strong" e che rimandano ad un sito che promuove l'acquisto di pillole anabolizzanti. Il ragazzo sta per cadere nella trappola ma, grazie all'aiuto della madre che dal web scarica informazioni sul tema "pillole anabolizzanti effetti collaterali", si rende conto del rischio legato all'assunzione di tali sostanze e alle insidie della rete in materia di farmaci e salute, decidendo allora che **la vera forza è dire no!**

Il video, disponibile su you tube e gli altri social network di Cittadinanzattiva (facebook, twitter, linkedin, google), conferma l'impegno di ANIFA a promuovere campagne di educazione che sensibilizzino il cittadino, in questo caso anche i ragazzi, ad un uso appropriato e responsabile dei farmaci. **Stefano Brovelli - Presidente ANIFA** - infatti dichiara "Oggi i giovani possono accedere grazie al web a una pluralità di informazioni sulla salute provenienti da fonti non sempre attendibili e garantite. È fondamentale sensibilizzare i giovani sui rischi che corrono per la propria salute nell'affidarsi solo al web e ai social media, ricordando che la vendita di farmaci su internet in Italia è vietata. Lo spot video è dunque importante per la diffusione di questi messaggi in un linguaggio vicino ai giovani". "ANIFA porta avanti da anni iniziative di comunicazione al pubblico sul corretto uso dei farmaci di automedicazione, basti pensare alla Campagna Istituzionale promossa in collaborazione col Ministero della Salute. Questo nuovo progetto realizzato con Cittadinanzattiva è un ulteriore tassello a favore di una sempre migliore educazione sociale e sanitaria e, in questo senso, auspichiamo che si possa proseguire oltre, anche coinvolgendo le Istituzioni Pubbliche e l'Agenzia Italiana del Farmaco in una logica di servizio al cittadino e di promozione di un'appropriata e moderna cultura sanitaria".

Sommaro

- **Giovani e farmaci on line: la vera forza è dire no!** pag 1
- **Preconsultivo 2012: un anno difficile per il mercato farmaceutico** pag 2
- **I canali: dinamiche stabili ma la farmacia soffre** pag 3
- **Le aree terapeutiche: diminuisce la quota di mercato delle tre aree più rilevanti** pag 3
- **Se lo stomaco fa il guastafeste...** pag 4

PRECONSUNTIVO 2012: UN ANNO DIFFICILE PER IL MERCATO FARMACEUTICO

Tra gennaio e settembre 2012, i dati relativi alle vendite restituiscono la fotografia di un mercato farmaceutico in sofferenza: si accentua - scendendo al -5,6% - la contrazione della spesa (13.488 milioni di euro) a fronte di una diminuzione dello 0,7% del numero di confezioni dispensate (1.360 milioni). I dati riflettono gli effetti delle ulteriori politiche di controllo e contenimento della spesa sanitaria e farmaceutica pubblica - dal Decreto Salva Italia alla *spending review* - e risentono, specie con riferimento ai medicinali a carico del cittadino, della perdurante crisi economica.

Nello specifico delle diverse categorie di farmaci, quelli rimborsabili dal SSN fanno osservare un moderato aumento delle confezioni dispensate (+0,9%) a cui corrisponde una decisa contrazione della spesa (-6,6%). I farmaci etici non rimborsabili (Classe C) registrano una diminuzione significativa sia delle confezioni (-3,0%) che della spesa (-3,1%), andamenti che risulterebbero ancora più pesanti e stimabili intorno al -7% rispettivamente, se tenessimo in considerazione l'effetto della prima fase del *delisting* e quindi della riclassificazione da farmaci C-Rx a farmaci senza ricetta di circa 230 confezioni in commercio come previsto dall'Allegato B del Decreto Legge 18 aprile 2012 (G.U. 97 - 26 aprile 2012) che, secondo i dati IMS Health, hanno generato tra gennaio e settembre 2012 un giro di affari di circa 117 milioni di euro, per poco meno di 9 milioni e mezzo di confezioni.

Per quanto concerne i farmaci senza obbligo di prescrizione - che costitui-

scono il 16,8% a volumi (quasi 228 milioni di confezioni) e il 12,7% a valori (poco più di 1,7 miliardi di euro) delle vendite nazionali di farmaci - si delinea una performance da maglia nera, con un crollo del numero di confezioni acquistate del 5,0% a fronte di ricavi in calo del 3,5%. Un anno quindi difficile in cui la crisi economica ha amplificato gli effetti negativi sulle vendite legati alla minore stagionalità e alla competizione dei c.d. prodotti a connotazione farmaceutica. Per quanto, dati i trend stagionali del mercato, ci si attende un parziale recupero delle vendite entro la fine dell'anno per effetto della maggiore incidenza delle sindromi influenzali e da raffreddamento, ciò non sarà sufficiente ad invertire i trend negativi di consumo e vendita che hanno caratterizzato il 2012.

È soprattutto grazie al *delisting* di fine aprile, e quindi al "travaso" tra classi diverse di confezioni passate dallo status di "prescrizione" a quello di "senza obbligo di prescrizione", che il confronto tra i dati dei primi nove mesi del 2012 con la fotografia del mercato nel medesimo periodo del 2011 permette di delineare, sia a volumi che a valori, trend meno pessimistici (-1,4% e +2,4% rispettivamente) - rilevando, al contempo, un certo dinamismo del mercato dei farmaci senza obbligo di prescrizione, di automedicazione.

Infatti, guardando alle due categorie che costituiscono i farmaci da banco, cioè i farmaci di automedicazione o OTC (Over The Counter) per i quali è consentita la pubblicità al grande pubblico e i farmaci SP non pubblicizzabili, tali effetti sono evidenti.

In particolare, il numero di confezioni di farmaci di automedicazione (quasi 168 milioni), ha subito rispetto ai primi nove mesi del 2011 - con riferimento alla performance di mercato e quindi a parità di confezioni classificate come OTC - una contrazione delle vendite del 4,6%, a cui corrispondono fatturati per 1.241 milioni di euro, in diminuzione del 2,4%.

Tuttavia, rispetto ai dati di consuntivo di settembre 2011, grazie all'entrata sul mercato di *extention line* di confezioni già esistenti e ad alcuni switch di prodotto/confezione da C-Rx o da SP ad OTC e alla modifica del mix di consumo verso nuovi prodotti e nuove confezioni, il comparto mostra un andamento migliore, ma comunque caratterizzato da trend stagnanti, con una erosione dei consumi e fatturati stabili.

Discorso a parte meritano i farmaci SP. Sicuramente i dati di consumo (59,6 milioni di confezioni) e vendita (473 milioni di euro) da gennaio a settembre - a parità di confezioni classificate come SP rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso - rilevano sia a volumi che a valori, un crollo dell'ordine del 6% degli acquisti dei medicinali di questa categoria, soprattutto in farmacia rispetto agli altri canali. Tuttavia, grazie al *delisting*, la fetta di mercato degli SP sul totale dei senza ricetta cresce, attestandosi al 26,2% a volumi al 27,6% a valori, quota che crescerà ulteriormente entro la fine dell'anno grazie al passaggio, dopo la valutazione positiva della Commissione Tecnico Scientifica di AIFA, da C-Rx a SP di ulteriori 117 confezioni come già indicato nel Decreto di aprile (Decreto 15 novembre 2012 pubblicato sulla G.U. 277 - 27 novembre 2012, in cui nell'Allegato B viene riportata la lista completa, aggiornata e integrata, rispetto ad aprile, di tutti i farmaci *delistati*). Inoltre, confrontando la fotografia dei primi nove mesi dell'anno con i dati registrati nel medesimo periodo del 2011 e considerando i risultati dei prodotti oggetto di *delisting* nel periodo maggio-settembre (quasi 68,5 milioni di euro per poco meno di 5,5 milioni di confezioni), si registra una leggera diminuzione dei volumi dell'1,3% a cui corrisponde una crescita dei ricavi dell'8,9%.

Il mercato farmaceutico in Italia (gen. - sett. 2012; sell-out)

CATEGORIE FARMACI	VOLUMI			VALORI (in p.p.)		
	(000)	Quota %	± % a parità di classificazione	(000)	Quota %	± % a parità di classificazione
FARMACI CON OBBLIGO DI PRESCRIZIONE	1.131.893	83,2	0,2	11.773.485	87,3	-6,0
Rimborsabili (Classe A)	937.011	68,9	0,9	9.591.789	71,1	-6,6
Non rimborsabili (Classe C)	194.882	14,3	-3,0	2.181.696	16,2	-3,1
FARMACI SENZA OBBLIGO DI PRESCRIZIONE	227.768	16,8	-5,0	1.714.395	12,7	-3,5
Farmaci Automedicazione	168.126	12,4	-4,6	1.241.197	9,2	-2,4
Farmaci SP	59.642	4,4	-6,1	473.198	3,5	-6,0
TOTALE FARMACI	1.359.661	100,0	-0,7	13.487.880	100,0	-5,6

Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health

I CANALI: DINAMICHE STABILI MA LA FARMACIA SOFFRE

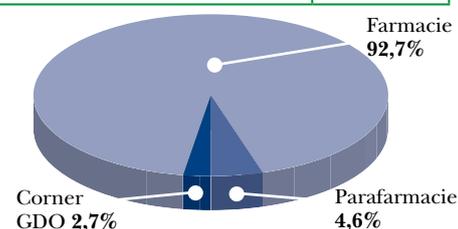
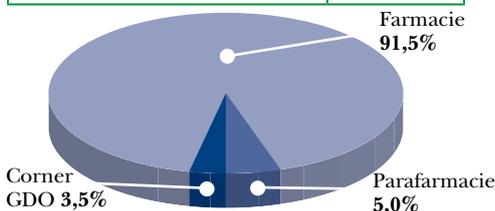
Anche per i primi nove mesi del 2012, la farmacia si conferma essere il canale privilegiato degli italiani per l'acquisto dei farmaci senza obbligo di ricetta, con una quota di mercato del 91,5% delle confezioni vendute e del 92,7% del giro di affari complessivo. Per quanto le liberalizzazioni abbiano generato vantaggi per i cittadini in termini di diversificazione dell'offerta e di maggiore competizione sul prezzo, liberamente stabilito dal titolare del punto vendita, ormai ad oltre 5 anni dal Decreto Bersani, le dinamiche competitive tra i canali sono stabili e consolidate: sebbene - date le diverse logiche di distribuzione e gestione degli assortimenti - la farmacia continui a registrare

per i farmaci senza ricetta un prezzo medio generalmente più elevato (7,6 euro) rispetto alle parafarmacie (7,0 euro) e, soprattutto, ai corner della GDO (5,8 euro), il prezzo non rappresenta l'unico driver di scelta del cittadino. In termini di trend del mercato, mentre le farmacie assisto-

no ad una pesante contrazione delle vendite, sia a volumi (-5,6%) che a valori (-4,0%), le parafarmacie e i corner della GDO registrano, invece, un incremento sia dei fatturati (+4,4% e +3,0% rispettivamente) che delle confezioni vendute (+2,2% e +1,6%).

VOLUMI (000)	
TOTALE MERCATO	227.768
Farmacie	208.497
Parafarmacie	11.295
Corner GDO	7.976

VALORI (000 €)	
TOTALE MERCATO	1.714.395
Farmacie	1.589.096
Parafarmacie	79.102
Corner GDO	46.197



Fonte: elaborazione ANIFA su dati IMS Health

LE AREE TERAPEUTICHE: DIMINUISCE LA QUOTA DI MERCATO DELLE TRE AREE PIÙ RILEVANTI

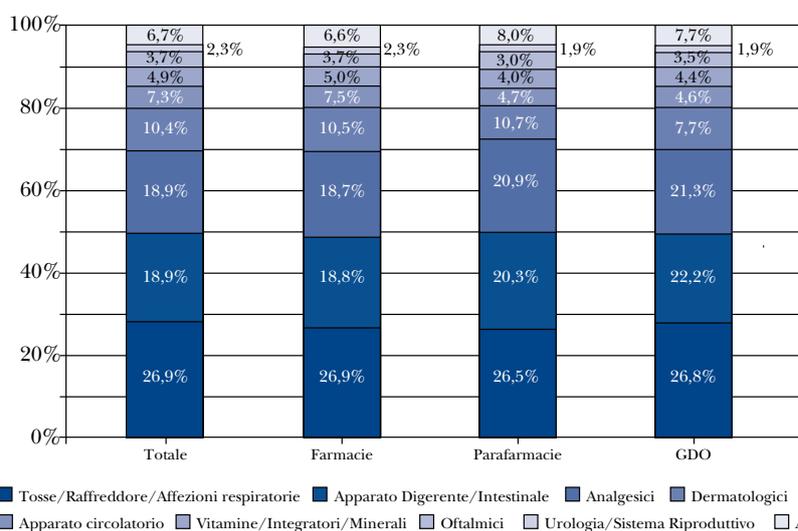
I farmaci per la cura delle affezioni respiratorie si confermano la classe terapeutica più importante in termini di quota di mercato (26,9% per un giro di affari di oltre 461,5 milioni di euro), con vendite (a parità di classificazione tra il 2012 e il 2011) in calo del 2,4%. La seconda e la terza classe di spesa - vale a dire la classe degli analgesici e quella dei farmaci gastrointestinali - coprono rispettivamente il 18,9% del giro di affari (quasi 649 milioni di euro), con una contrazione dei fatturati rispettivamente del 2,1% e dell'1,7%. Nei primi nove mesi dell'anno le tre classi più rilevanti costituiscono il 64,7% delle vendite, principalmente per una minore concentrazione in farmacia (64,4%), rispetto alla parafarmacia (67,7%) ma soprattutto ai corner della GDO, che continuano, invece, a presentare una quota di mercato delle prime tre classi superiore al 70%.

Se mantengono pressoché inalterato il loro peso i dermatologici con il 10,4% del mercato (poco più di 178 milioni di euro), si osserva, invece, specie in farmacia rispetto agli altri canali, un aumento della quota di

mercato dei farmaci per l'apparato circolatorio (quasi 125 milioni di euro) pari al 7,3% contro il 4,6% del dato dei primi nove mesi dello scorso anno. L'area terapeutica in esame diventa la quinta classe più rilevante a scapito di quella delle vitamine/integratori. Ciò per l'effetto congiunto da un lato, del passaggio - ormai in atto da diversi anni - a prodotti notificati di numerosi integratori e,

dall'altro, per il *delisting* di alcuni importanti prodotti appartenenti all'area terapeutica in esame. L'effetto *delisting* è ravvisabile anche nell'aumento, seppur di misura, e sempre in farmacia piuttosto che nei canali alternativi, dei farmaci per il sistema riproduttivo (oltre 39 milioni di euro) e degli oftalmici (poco più di 63 milioni di euro) che cumulano il 6% del giro di affari.

Peso % principali aree terapeutiche per canale di vendita (gen. - sett. 2012; sell-out)



Fonte: elaborazione ANIFA su dati IMS Health

SE LO STOMACO FA IL GUASTAFESTE...

Si è svolto il 28 novembre a Milano un evento stampa dedicato al tema dell'automedicazione e i disturbi gastrointestinali. Nel corso dell'incontro è stata presentata una indagine commissionata da ANIFA su un campione di 1.000 persone tra i 15 e i 64 anni, dalla quale è emerso che oltre il 60% degli italiani è afflitta da disturbi gastrointestinali almeno una volta ogni due mesi. Bruciori di stomaco (54%), cattiva digestione (40%), diarrea (37%) i problemi più frequenti, scatenati da stress (57%) ed eccessi alimentari al ristorante (34%), in occasione di cene a casa di amici (30%) o nei classici cenoni delle Feste (23%). Durante le Festività Natalizie, infatti, sia che si resti a casa, sia che si decida di fuggire in luoghi esotici, stomaco e intestino possono essere facile bersaglio di virus influenzali o tossinfezioni. Dall'indagine è emerso che, per contrastare i disturbi gastrointestinali, oltre il 40% degli italiani fanno ricorso ai farmaci di automedicazione. L'esperto scientifico presente all'evento, **Prof. Attilio Giacosa**, Direttore Scientifico del Dipartimento di Gastroenterologia del Gruppo Sanitario Policlinico di Monza, ha tracciato una mappa delle situazioni tipiche in cui possono manifestarsi i più comuni disturbi gastrointestinali e i consigli per non "guastarsi" il piacere del cenone di Natale o le meritate vacanze, uniti alla raccomandazione di ricorrere ai farmaci di automedicazione in maniera responsabile, leggendo il foglietto illustrativo e parlandone,

in caso di dubbio, con il farmacista o anche con il medico, specie se i sintomi persistono oltre i 3-5 giorni.

**Cene, pranzi e abbuffate natalizie**

Evitare abbuffate colossali, limitare sughi, fritti, panna e intingoli, spezie e cibi piccanti, evitare gli alcolici specie i superalcolici, il caffè e il fumo durante i pasti. In caso di difficoltà digestiva si può ricorrere ai farmaci di automedicazione per alleviare i sintomi più ricorrenti della cattiva digestione, come pesantezza, gonfiore, ma anche acidità e bruciori di stomaco.

I virus e le tossinfezioni da tropici

Esistono al mondo più di 250 tossinfezioni alimentari, con le quali si manifestano con differenti sintomi e sono causate da diversi agenti patogeni che possono mettere a rischio stomaco e intestino specie

se si è deciso di passare ai tropici la pausa natalizia.

Se ci si trova in zone igienicamente critiche, evitare di bere o lavarsi i denti con acqua del rubinetto, assumere bibite solo in lattina, evitare i cubetti di ghiaccio, evitare di acquistare spuntini da venditori ambulanti, controllare che il cibo sia ben cotto e mangiare solo frutta sbucciata personalmente, ricordando di lavarsi sempre bene le mani prima di mangiare.

Fondamentale partire con un kit di farmaci di automedicazione salva-vacanze per affrontare, in caso di bisogno, gli imprevisti causati, ad esempio, dalla diarrea del viaggiatore o dalla stipsi.

Virus influenzali e parainfluenzali in agguato

L'influenza è caratterizzata da molteplicità di sintomi fra cui anche quelli gastroenterologici.

In presenza di diarrea evitare latte e latticini freschi e limitare i vegetali, privilegiando patata, carota, mela e banana e preferire il riso alla pasta; in caso di nausea o vomito limitare molto i liquidi durante il pasto, evitare cibi fritti, piccanti o con intingoli. Importante rimanere a riposo per alcuni giorni.

Anche in questo caso, l'automedicazione resta la prima arma per combattere i fastidiosi sintomi dell'influenza, anche quelli di tipo gastrointestinale, come vomito e diarrea, facendo ricorso a farmaci antidiarroici, fermenti lattici e farmaci probiotici, farmaci antinausea e, in caso di dolori addominali, farmaci antispastici.



Edito da:

FEDERCHIMICA**ANIFA**Associazione nazionale
dell'industria farmaceutica dell'automedicazioneDirettore 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
www.anifa.it