



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale  
dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

ANIFA

Marzo 2011

## EDITORIALE

Nel 2010 l'Associazione si è fortemente impegnata nel promuovere il dibattito relativo all'automedicazione responsabile. Tuttavia, se da una parte il fattivo impegno, in un'ottica di responsabilità sociale, è riconosciuto ed oggetto di attenzione da parte dagli interlocutori del comparto, non ultimi i media, dall'altra, le tematiche in materia di farmaci senza obbligo di prescrizione, di automedicazione - dalle segnalazioni per l'uso di principi attivi di grande utilizzo alla pubblicità - sono spesso vissute con allarmismo mediatico e talora con diffidenza.

Ritengo allora giusto ricordare che i prodotti di automedicazione sono farmaci e, in quanto tali, devono essere assunti con attenzione. E attenzione significa consapevolezza ed informazione. Quelli di automedicazione non sono semplicemente prodotti per il benessere che promettono salute ma medicinali che risolvono dei sintomi e che, per questo, devono essere gestiti correttamente. Trasferire questo messaggio, anche con la pubblicità, significa insegnare a prendersi responsabilmente cura di sé nel trattamento autonomo dei piccoli disturbi. Il binomio automedicazione - "farmaco col bollino" identifica il comparto e deve rappresentare un valore per i cittadini in termini di salvaguardia della salute. Perché i "farmaci col bollino", proprio perché farmaci, sono autorizzati, monitorati e controllati dalle Autorità Sanitarie. Costantemente, anche attraverso l'azione della farmacovigilanza, le Aziende sono chiamate ad aggiornare il profilo di efficacia e sicurezza dei loro prodotti e il volere che essi siano chiaramente identificati come farmaci impone un continuo esercizio di responsabilità. Tale esercizio passa anche attraverso il riconoscimento del diritto/dovere di indirizzare a scelte e comportamenti corretti nella comunicazione diretta al grande pubblico.

Sergio Daniotti  
Presidente ANIFA

TEMPO DI BILANCI E DI UN RILANCIO  
DELL'IDENTITÀ DEL COMPARTO

Anche il 2010 si caratterizza per un trend in calo dei consumi. Complice una stagione influenzale in forte ritardo rispetto alle previsioni, il comparto dei farmaci senza obbligo di prescrizione, come meglio illustrato nelle pagine successive, mostra un andamento del tutto legato alla diffusione dei cosiddetti malanni di stagione. Di fatto, né fenomeni mediatici come l'influenza H1N1, né, per i farmaci di automedicazione, la pubblicità influenzano significativamente i consumi di farmaci che, consapevolmente, sono assunti all'insorgenza di piccoli disturbi e sintomi noti e transitori. I dati dell'ultimo quinquennio restituiscono l'immagine di un settore che non cresce, i cui cambiamenti, dall'introduzione di punti vendita diversi dalla farmacia alla liberalizzazione dei prezzi, autonomamente stabiliti dal titolare degli stessi, hanno generato indubbi vantaggi in termini di diversificazione dell'offerta e calmierazione dei prezzi, garantendo, con l'obbligo di vendita da parte di un farmacista, la sicurezza dei cittadini.

E proprio per garantirne il più possibile la sicurezza, i prodotti di automedicazione in quanto farmaci, devono essere autorizzati e sono soggetti, come tutti i medicinali, ai sistemi di farmacovigilanza, a differenza di quanto avviene per quei prodotti che farmaci non sono anche se destinati al miglioramento e alla cura della salute. La presenza di un sistema obbligatorio di vigilanza, aziendale e pubblico, che impone un continuo monitoraggio anche per i farmaci da

banco i quali, per loro stessa natura, possono essere assunti autonomamente, è di per sé elemento positivo a garanzia ulteriore della tutela della salute. Proprio per questo, per quanto il 2010 sia stato caratterizzato da diverse segnalazioni alla farmacovigilanza e di interventi dell'AIFA, questi episodi non possono mettere in discussione l'identità stessa di questi prodotti, farmaci sicuri, noti e di uso consolidato. Essi indicano piuttosto che il ricorso a farmaci di automedicazione rappresenta spesso la prima scelta a disposizione nel trattamento dei piccoli disturbi e, dato il loro diffuso utilizzo, la segnalazione quasi fisiologica di eventi circostanziati di un uso inappropriato o di eventi avversi, deve giustamente essere indagata e risolta, senza tuttavia generare allarmismi. Più opportuno è invece, continuare ad investire in azioni di comunicazione che favoriscano ulteriormente la diffusione di un'automedicazione responsabile, finalizzate ad informare ed educare, anche con il consiglio del medico e del farmacista, ad un uso attento e consapevole di questi farmaci.

## Sommaro

- *Consuntivo 2010: uno sguardo al mercato farmaceutico in Italia* Pag 2
- *Focus automedicazione: consumi legati alla stagionalità* Pag 2
- *Canali e prezzi: consolidamento delle dinamiche competitive* pag 3
- *11 anni di sostegno al Banco Farmaceutico: la salute un diritto per tutti* Pag 4

## CONSUNTIVO 2010: UNO SGUARDO AL MERCATO FARMACEUTICO IN ITALIA

Nel 2010 sono state acquistate in Italia poco più di 1,8 miliardi di confezioni di medicinali (+1,2%) per un controvalore di 19,4 miliardi di euro, in crescita dello 0,5%. Nonostante la crisi, il settore farmaceutico ha tenuto, chiudendo l'anno positivamente. Osservando i dati, si evidenziano tuttavia, andamenti differenti tra le diverse categorie di farmaci. Con riferimento ai farmaci con obbligo di prescrizione, per la Classe A si conferma un trend che vede un incremento sia dei consumi (+3,2%) che dei fatturati (+0,9%), anche se in misura minore rispetto ai volumi. Questo per la diminuzione del valore medio delle ricette sia per i tagli imposti che per la scadenza dei brevetti e quindi la maggiore applicazione del prezzo medio di riferimento. Al contrario, per la Classe C a carico del cittadino si registra una contrazione sia dei volumi che dei fatturati dell'1,5%, complice anche la crisi economica e

Il mercato farmaceutico in Italia (2010, sell-out)						
CATEGORIE FARMACI	VOLUMI			VALORI (in p.p.)		
	(000)	Quota	± %	(000) €	Quota	± %
<b>FARMACI ETICI</b>	<b>1.515.231</b>	<b>82,6</b>	<b>2,2</b>	<b>17.268.508</b>	<b>88,6</b>	<b>0,5</b>
RIMBORSABILI (Classe A)	1.227.984	81,0	3,2	14.128.710	81,8	0,9
NON RIMBORSABILI (Classe C)	287.247	19,0	-1,5	3.139.798	18,2	-1,5
<b>FARMACI SENZA OBBLIGO DI PRESCRIZIONE</b>	<b>318.517</b>	<b>17,4</b>	<b>-3,8</b>	<b>2.212.536</b>	<b>11,4</b>	<b>0,4</b>
Farmaci Automedicazione	236.495	74,2	-2,1	1.657.361	74,9	1,2
Farmaci S.P.	82.021	25,8	-8,4	555.175	25,1	-1,8
<b>TOTALE MERCATO</b>	<b>1.833.748</b>	<b>100,0</b>	<b>1,2</b>	<b>19.481.044</b>	<b>100,0</b>	<b>0,5</b>

Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health

quindi un maggiore ricorso al farmaco rimborsato. Per quanto riguarda i farmaci senza obbligo di prescrizione, che costituiscono il 17,4% del mercato farmaceutico complessivo a volumi e l'11,4% a valori, si riscontrano consumi per 318 milioni di confezioni, in calo del 3,8% per un corrispondente giro di affari di

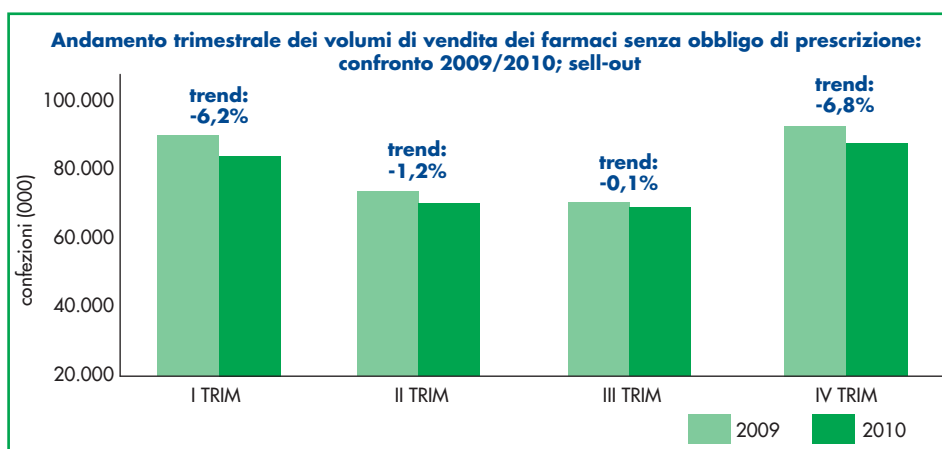
2.212 milioni di euro (+0,4%).

L'andamento del mercato dei farmaci da banco, pur mostrando un trend stabile, con una costante erosione dei volumi ed una tenuta dei fatturati, ha risentito di una stagione influenzale che, in ritardo rispetto alle previsioni, ha inciso sulla contrazione delle vendite.

## FOCUS AUTOMEDICAZIONE: CONSUMI LEGATI ALLA STAGIONALITA'

L'andamento dei consumi dei farmaci senza obbligo di prescrizione nel quinquennio 2006 - 2010, con un tasso medio annuo di crescita pressoché nullo, evidenzia come l'acquisto di farmaci da banco da parte dei cittadini sia legato a fenomeni epidemiologici e quindi all'insorgenza di sintomi e piccoli disturbi tipici dei malanni di stagione.

Confrontando le vendite trimestrali nel periodo 2009/2010, si osserva con chiarezza come l'evoluzione del picco influenzale (a fine anno 2009 per la stagione 2009/2010, ad inizio di quest'anno per la stagione 2010/2011) abbia determinato un calo dei consumi del 6,8% solo nel IV trimestre del 2010. Con riferimento alle classi terapeutiche, l'anno appena passato si caratterizza,

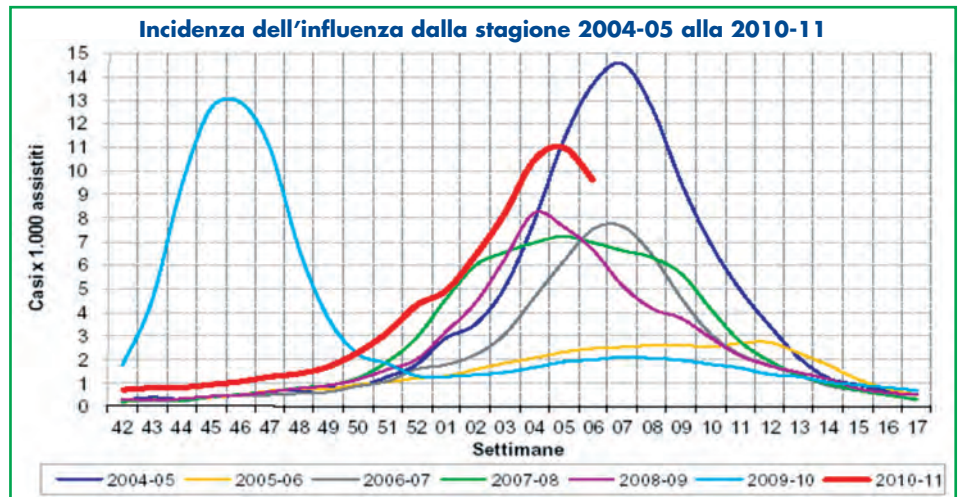


Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health

fatta eccezione per i prodotti del sistema riproduttivo (1,7% del mercato), per una contrazione generalizzata dei volumi venduti, e una certa variabilità nei trend dei ricavi tra le diverse classi.

Guardando alle tre principali classi di prodotto, si osserva che quella dei farmaci per le malattie da raffreddamento, la più rilevante in termini di quota di mercato (34,2% a volumi, 31,1% a valori), presenta un calo

del 5,6% dei consumi (109 milioni di confezioni) per un giro d'affari di 687 milioni di euro (-2,7%). Le classi degli analgesici (65 milioni di confezioni per un giro di affari di 469 milioni di euro) e dei prodotti per l'apparato digerente (69 milioni di confezioni e ricavi per 433 milioni di euro), assistono ad una contrazione dei volumi (-3% e -1,9% rispettivamente), e ad una tenuta dei fatturati. Osservando nello specifico all'andamento delle vendite delle due categorie in cui è suddivisa la classe dei farmaci senza obbligo di ricetta quali le specialità di Automedicazione (OTC), quelle per le quali è consentita la comunicazione al cittadino e i farmaci SP, non pubblicizzabili, si vede che nel 2010 il numero di confezioni di farmaci OTC acquistate (236 milioni) è diminuito del 2,1% per un giro d'affari di 1.657 milioni di euro (+1,2%) mentre, in controtendenza rispetto al passato, è forte la flessione dei farmaci SP, -



Fonte: Influnet, Istituto Superiore di Sanità

8,4%, con vendite pari a 82 milioni di confezioni e ricavi per 555 milioni di euro (-1,8%). I farmaci SP hanno in parte risentito della diminuzione di vendite dei farmaci per tosse e raffreddore che rappresentano il circa il 45% del totale delle confezioni e di alcuni switch di prodotto da SP

ad OTC. Viceversa, i farmaci di automedicazione hanno assistito ad un recupero dei fatturati, dovuto sia alla stabilizzazione dei prezzi, che ai primi effetti, soprattutto nell'area dei farmaci per l'apparato digerente, dell'introduzione di nuovi prodotti derivanti da switch centralizzati.

**Segmentazione del mercato non prescription per categoria terapeutica (2010, sell-out)**

CLASSI TERAPEUTICHE	VOLUMI			VALORI (in p.p.)		
	(000)	Quota	± %	(000) €	Quota	± %
<b>TOTALE MERCATO SENZA OBBLIGO DI RICETTA</b>	<b>318.517</b>	<b>100,0</b>	<b>-3,8</b>	<b>2.212.536</b>	<b>100,0</b>	<b>0,4</b>
TOSSE RAFF A/RESP	108.958	34,2	-5,9	687.082	31,1	-2,7
ANALGESICI	65.064	20,4	-3,0	469.035	21,2	1,2
APP.DIGEREN/INTEST	69.326	21,8	-1,9	433.582	19,6	2,4
DERMATOLOGICI	27.640	8,7	-2,1	209.152	9,5	0,9
VITAM/MINER/INTAL	12.628	4,0	-10,9	113.483	5,1	-7,3
APPARATO CIRCOLAT.	10.499	3,3	-2,9	94.955	4,3	-0,4
OFTALMICI	9.920	3,1	-4,9	71.936	3,3	-3,1
UROLOGIA E SIST.RIPRODUT	5.301	1,7	13,0	42.038	1,9	13,1
PROD. CURA DELLA BOCCA	2.632	0,8	-4,4	17.490	0,8	-0,7
OTOLOGICI	2.208	0,7	-1,6	17.362	0,8	0,2
ALTRE CLASSI	4.342	1,4	-4,2	44.416	2,6	-1,8

Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health

## CANALI E PREZZI: CONSOLIDAMENTO DELLE DINAMICHE COMPETITIVE

Il mercato di vendita dei farmaci da banco è caratterizzato da dinamiche consolidate: la farmacia rimane il luogo di acquisto privilegiato di queste specialità medicinali con il 91,8% del mercato a volumi e quasi il 93% a valori, pur continuando a perdere leggermente terreno rispetto ai canali alternativi. Questi cumulano rispettivamente il 7,2% del mercato a valori e l'8,2%

a volumi, "guadagnando" rispetto al 2009, 0,4 punti percentuali, tutti a favore delle parafarmacie, poiché la quota della GDO rimane invariata rispetto all'anno scorso (3,5% a volumi, 2,7% a valori). In termini di trend, le farmacie e, in controtendenza, i corner GDO assistono ad una contrazione delle confezioni acquistate rispettivamente del 4,3% e dell'1,1% mentre le para-

farmacie registrano un incremento dei volumi di vendita del 4,5%, comunque in più lenta crescita rispetto alla chiusura del 2009 (+16,8%), a significare una stabilizzazione delle dinamiche competitive. Riprova di un rallentamento nello sviluppo dei canali alternativi si ha anche sul fronte dei fatturati: a differenza della farmacia che presenta ricavi stabili (-0,1%), sia per i corner

GDO che per le parafarmacie essi crescono ma con incrementi dimezzati rispetto al 2009, e pari rispettivamente al 4,4% e al 9,3%.

Inoltre, come per altro evidente dall'allargamento della forbice tra volumi e valori, i canali "non tradizionali" hanno visto un aumento del prezzo medio superiore a quello delle farmacie. Infatti, le parafarma-

cie hanno registrato, in confronto a dicembre 2009, aumenti medi pari al 2,9% mentre per la GDO questa percentuale sale al 4,6% contro il 2,7% delle farmacie. I canali alternativi continuano però, grazie ai minori costi di distribuzione e gestione dell'assortimento, ad avere prezzi medi generalmente più contenuti. In tal senso, il processo di liberaliz-

zazione ormai consolidato, ha generato vantaggi per i cittadini. Tuttavia, date le dinamiche appena descritte né una diversificazione dell'offerta né una maggiore concorrenza sui prezzi sembrano incidere sostanzialmente sulle abitudini di consumo degli italiani che continuano a preferire la farmacia.

Segmentazione del mercato dei farmaci senza obbligo di prescrizione (2010, sell-out)								
CANALI	VOLUMI			VALORI (in p.p.)			PREZZO MEDIO	
	(000)	Quota	± %	(000) €	Quota	± %	€	± %*
<b>FARMACIE</b>	<b>292.474</b>	<b>91,8</b>	<b>-4,3</b>	<b>2.052.721</b>	<b>92,8</b>	<b>-0,1</b>	<b>7,0</b>	<b>2,7%</b>
Farmaci Automedicazione	216.292	74,0	-2,6	1.530.375	74,6	0,7	7,1	2,9%
Farmaci S.P.	76.182	26,0	-8,8	522.346	25,4	-2,3	6,9	2,3%
<b>PARAFARMACIE</b>	<b>14.888</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>98.781</b>	<b>4,5</b>	<b>9,3</b>	<b>6,6</b>	<b>2,9%</b>
Farmaci Automedicazione	11.189	75,2	5,0	76.599	77,5	9,2	6,8	3,1%
Farmaci S.P.	3.699	24,8	2,8	22.182	22,5	9,9	6,0	2,3%
<b>GDO</b>	<b>11.155</b>	<b>3,5</b>	<b>-1,1</b>	<b>61.034</b>	<b>2,7</b>	<b>4,4</b>	<b>5,5</b>	<b>4,6%</b>
Farmaci Automedicazione	9.014	80,8	1,2	50.387	82,6	5,5	5,6	5,0%
Farmaci S.P.	2.141	19,2	-10,0	10.647	17,4	-0,6	5,0	3,2%

\* Base = dicembre 2009; per calcolo dei trend utilizzo dell'indice dei prezzi di Laspeyers

Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health

## Anifa news

### 11 ANNI DI SOSTEGNO AL BANCO FARMACEUTICO: LA SALUTE UN DIRITTO PER TUTTI

Per l'11° anno consecutivo Anifa ha affiancato il Banco Farmaceutico nella promozione dell'organizzazione della Giornata Nazionale di raccolta di farmaci senza ricetta da destinare all'assistenza delle persone bisognose attraverso la distribuzione ad oltre 1.300 Enti convenzionati. L'iniziativa, svolta con l'Alto Patronato della Presidenza della

Repubblica e il patrocinio del Segretariato Sociale della RAI e della Fondazione Pubblicità Progresso e per la prima volta in contemporanea in Spagna e Portogallo, si conferma essere di grande successo e utilità sociale. Lo scorso 12 febbraio, grazie ad una rete di 3.200 farmacie aderenti in 83 Province e 1.200 Comuni italiani sono state donate in un solo giorno più

di 365.000 confezioni di farmaci per un valore di 3,2 milioni di euro, registrando un + 4% rispetto alla scorsa edizione. Gli ottimi risultati raggiunti confermano l'importanza, anche e soprattutto in tempi di crisi economica, della solidarietà concreta alle persone in stato di necessità a sostegno del principio che la salute è e deve essere un bene accessibile a tutti.

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  
 www.anifa.it

