



FEDERCHIMICA

ANIFA

Associazione nazionale
dell'industria farmaceutica dell'automedicazione

ANIFA

Marzo 2009

EDITORIALE

L'anno 2009 si preannuncia pieno di sfide da intraprendere e ostacoli da superare, viste soprattutto le ripercussioni della crisi finanziaria globale che sembrano destinate a investire la cosiddetta "economia reale".

In un quadro certamente critico, anche per il nostro Paese, diventa oggi fondamentale ritrovare la fiducia, avendo il coraggio di investire in particolare in quei settori di attività che hanno sempre dimostrato capacità di reagire e creare valore, anche nei momenti congiunturali meno felici.

In questo scenario, l'Industria Farmaceutica dell'Automedicazione, così come l'Industria Farmaceutica italiana in genere, sta dimostrando un'elevata capacità di fronteggiare la crisi e si candida essere tra i settori-guida per la futura ripresa economica.

Naturalmente rimane indispensabile il contributo di Istituzioni che sappiano riconoscere le insidie di un momento così difficile, quali in primissimo luogo quelle rigidità che ancora ostacolano la competitività, e di una politica che sappia mettere da parte le differenze e la pur lecita contrapposizione delle diverse idee, per trovare soluzioni comuni efficaci e durature.

L'Industria dell'Automedicazione, forte dell'irrinunciabile binomio farmaco-farmacista, conferma dunque la sua vocazione a consolidare il proprio ruolo di "servizio" per il cittadino e, allo stesso tempo, a diventare volano per lo sviluppo economico e la crescita del Paese.

Sergio Daniotti
Presidente ANIFA

CONSUNTIVO 2008:
FOCUS AUTOMEDICAZIONE

I dati consuntivi 2008 permettono di tracciare un bilancio a due anni dalle modifiche introdotte nel sistema distributivo dei farmaci da banco.

Continua lo sviluppo di nuovi punti vendita tra corner nei supermercati e soprattutto parafarmacie (cresciute di oltre il 35%), anche se la quota di mercato conquistata da questi attori è ancora marginale rispetto a quella delle 17.500 farmacie. Sono balzate a quota 2.350 le parafarmacie e a 243 i corner GDO che si "spartiscono" quasi il 7% dei volumi di vendita e il 6% del mercato a valori. Delle 332 milioni di confezioni di farmaci non prescription acquistate dagli italiani nel 2008, quasi 310 milioni sono quelle comprate in farmacia, 12 milioni nei supermercati e 10 milioni nelle parafarmacie. È interessante notare come i volumi di vendite di parafarmacie e corner della GDO siano allineati nonostante le prime siano circa dieci volte più numerose delle seconde.

Complessivamente le vendite di queste specialità continuano ad essere stabili (-0,3% a volume e +0,7% a valore) confermando che il numero di punti vendita ed una maggiore concorrenza sui prezzi non influiscono sul processo di acquisto di un farmaco.

Si osservano, tuttavia, trend differenti per le due categorie di farmaci in cui è suddivisa la classe in esame: da un lato le specialità di Automedicazione o OTC, cioè quelle per le quali è consentita la

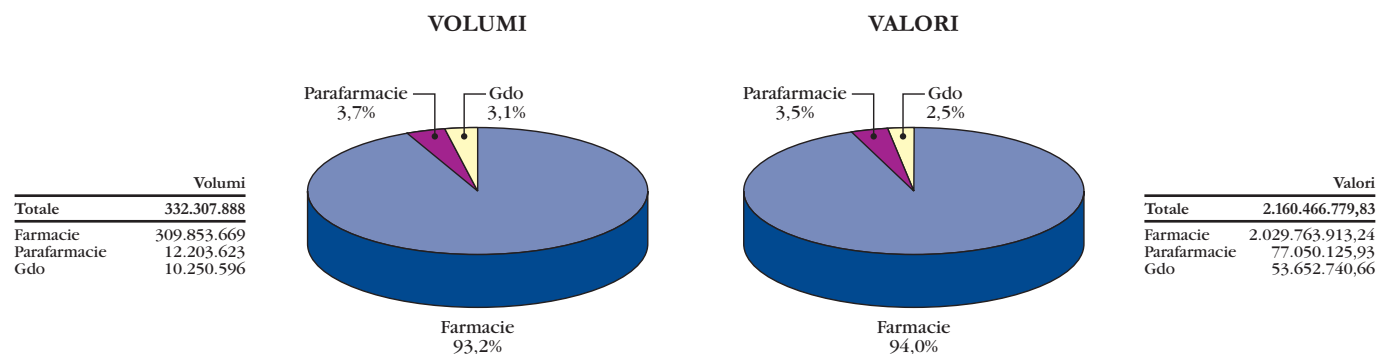
comunicazione al cittadino (239,5 milioni di unità, con una copertura del 72,1%), hanno subito una flessione dell'1%, mentre i farmaci SP, cioè quelli non pubblicizzabili (92,8 milioni di confezioni) sono cresciuti dell'1,7%. Il corrispondente giro d'affari pari a 2.160 milioni di euro viene coperto per il 73,9% dai medicinali OTC (1.597 milioni di euro) e per il restante 26,1% dai preparati che non possono fare comunicazione al cittadino (563 milioni di euro).

Per comprendere meglio le dinamiche di questo comparto è utile considerare l'andamento delle vendite in un arco temporale più ampio rispetto al solo 2008. Da questo si osserva un trend sostanzialmente piatto, ad eccezione del 2006, anno in cui si registra una pesante flessione delle vendite, recuperata l'anno successivo. Questo corso è riconducibile più a fenomeni epidemiologici e stagionali che all'effetto delle liberalizzazioni che hanno prodotto come unico esito uno shift delle vendite fra i diversi canali.

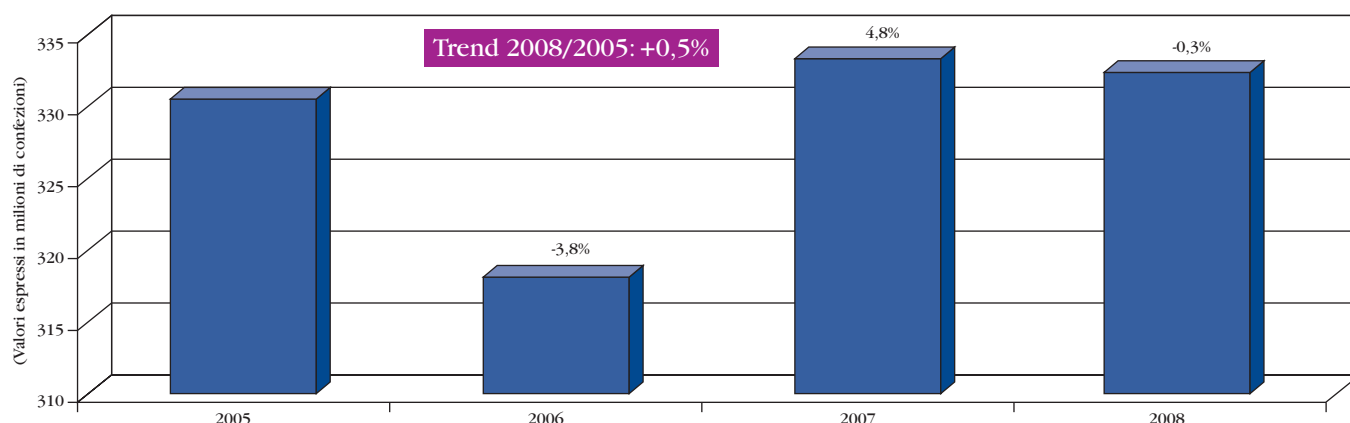
Sommaro

- *Consuntivo 2008: focus Automedicazione* Pag. 1
- *Il trend del mercato farmaceutico in Italia* Pag. 2
- *Automedicazione, un mercato legato alla stagionalità* Pag. 3
- *Prezzi: gli effetti della liberalizzazione* Pag. 3
- *Quando uno starnuto fa primavera* Pag. 4
- *Ancora un successo per il banco farmaceutico* Pag. 4

Segmentazione mercato farmaci senza obbligo di ricetta per canale di vendita (sell out; anno 2008)



Trend mercato farmaci senza obbligo di prescrizione 2005-2008 volumi (sell out; anno 2008)



Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

IL TREND DEL MERCATO FARMACEUTICO IN ITALIA

Nel 2008 in Italia sono state acquistate quasi 1,8 miliardi di confezioni di medicinali, con un incremento dell'1,2%, per un controvalore di 18,9 miliardi di euro, in flessione dell'1%. Si conferma, quindi, anche per l'anno appena trascorso un trend del mercato che vede crescere le vendite e al contempo contrarsi la spesa sostenuta, e questo in ragione dei diversi provvedimenti di contenimento della spesa farmaceutica (taglio dei prezzi con possibilità per le imprese di scegliere il pay back, incentivo all'uso dei farmaci equivalenti, incremento di forme di compartecipazione alla spesa da parte del cittadino) e della liberalizzazione del sistema di definizione dei prezzi per i farmaci non prescrizione. Queste dinamiche sono evidenti scorrendo il dato delle specialità rimborsabili dal SSN, le quali hanno registrato un incremento del 2,5% dei volumi di vendita (1,1 miliardi di confezioni) ed una riduzione dell'1,3% a valore (pari a circa 13,6 miliardi di eu-

ro). Le specialità con obbligo di prescrizione a carico del cittadino, al contrario, hanno visto ridurre il proprio peso con una flessione del 2% circa delle confezioni vendute (297,7 milioni) e dello 0,5% del proprio controvalore (3.138 milioni di euro). Fermo, come detto, il mercato delle

specialità acquistabili senza obbligo della prescrizione medica, che rappresentano comunque quasi il 20% dei farmaci acquistati nel 2008. La copertura nell'analisi a valore scende all'11% a dimostrazione che si tratta delle specialità dal prezzo mediamente più basso.

Il mercato farmaceutico in Italia (sell out; anno 2008)

	VOLUMI			VALORI		
	(000)	Quota	± %	(000)	Quota	± %
FARMACI CON OBBLIGO DI RICETTA	1.435.552	81,2%	1,6%	16.712.016	88,6%	-1,2%
Rimborsabili (Classe A)	1.137.868	64,4%	2,5%	13.573.523	72,0%	-1,3%
Non rimborsabili (Classe C)	297.684	16,8%	-1,9%	3.138.493	16,6%	-0,5%
FARMACI SENZA OBBLIGO DI RICETTA	332.308	18,8%	-0,3%	2.160.467	11,4%	0,7%
Farmaci Automedicazione	239.471	13,5%	-1,0%	1.597.053	8,4%	0,0%
Farmaci S.P.	92.836	5,3%	1,7%	563.414	3,0%	2,6%
TOTALE FARMACI	1.767.860	100,0%	1,2%	18.872.483	100,0%	-1,0%

Fonte: elaborazioni ANIFA su dati IMS Health e IRI

AUTOMEDICAZIONE, UN MERCATO LEGATO ALLA STAGIONALITÀ

Una delle peculiarità del comparto dell'Automedicazione, è l'impatto delle patologie stagionali sulle vendite.

I farmaci per la cura delle malattie da raffreddamento, che rappresentano la classe più rilevante in termini di quota di mercato (33,6% per corrispondenti 111,5 milioni di confezioni vendute), hanno registrato vendite pari a quelle del 2007 (-0,2%) a riprova che l'incidenza della prima parte dell'attuale stagione influenzale si attesta sui livelli dell'anno precedente. Questo andamento piatto è pressoché il medesimo per tutte le componenti della classe: prodotti per il mal di gola (0%), antitosse (-1,4%) e prodotti per il mal di gola (+1,4%).

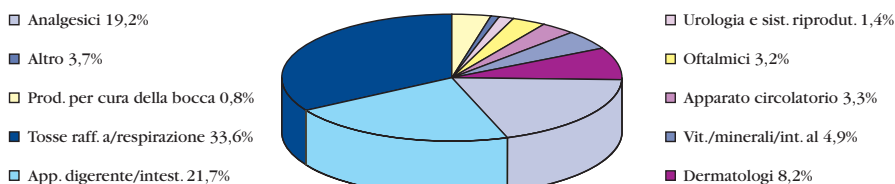
La seconda classe è rappresentata dai medicinali per la cura dell'apparato gastro-intestinale con 72 milioni di confezioni vendute e una quota di mercato complessiva del 21,7%. Anche per questa tipologia di farmaci si osserva un andamento stabile rispetto al 2007 (+0,1%) sebbene al proprio interno si registri una contrazione dell'1% dei prodotti per lo stomaco e del 4,4% dei

probiotici (che coprono entrambi circa il 20% delle vendite), mentre i lassativi che sono la sottoclasse più rilevante (54%) hanno segnato un recupero dell'1,3%. Gli analgesici coprono il 19% del mercato (quasi 64 milioni di confezioni vendute) e sono in recupero del 2,3%. Si osserva, in particolare, un incremento del 4% delle vendite per i prodotti per i dolori muscolari (con un peso del 48%) e dell'1% per gli analgesici generali (39%).

È poi interessante notare se vi sia una differente importanza relativa delle

principali classi di specialità fra i tre canali distributivi. Si osserva nella GDO una maggiore concentrazione delle confezioni vendute per le specialità dell'apparato respiratorio, di quello gastro-intestinale e degli analgesici (77,2% sul totale vendite nei supermercati) rispetto alle parafarmacie (75,3%) e farmacie (74,5%). Tuttavia, a dispetto del dato cumulato per le tre aree terapeutiche più importanti, per i farmaci per le malattie respiratorie il cittadino continua a prediligere la farmacia.

Segmentazione mercato farmaci senza obbligo di prescrizione per categoria terapeutica (sell out; anno 2008)



Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI

PREZZI: GLI EFFETTI DELLA LIBERALIZZAZIONE

Con i dati a dicembre 2008 possiamo tracciare un primo bilancio sulla liberalizzazione del sistema di determinazione dei prezzi.

La modifica introdotta è sicuramente rilevante poiché ha innescato dinamiche competitive all'interno della filiera che hanno consentito di calmierare i prezzi di queste specialità medicinali che, è bene ricordarlo, per un triennio non è stato possibile determinare al di sopra del loro valore del 2005.

Anzi, abbiamo assistito negli anni passati ad una notevole riduzione soprattutto ad opera dei supermercati. Grazie alla concorrenza fra canali distributivi, i prezzi medi per farmaci senza obbligo di prescrizione nel 2008 nelle farmacie si attestano a 6,6 euro, nelle parafarmacie a 6,3 euro e nella grande distribuzione a 5,2 euro a confezione, quindi decisamente competitivi rispetto agli altri canali.

Se si guarda poi alla dinamica del solo 2008 (il monitoraggio dell'andamento dei prezzi è stato realizzato da IMS Health, che ha implementato un osservatorio per la rilevazione degli Indici di Prezzo utilizzando la stessa metodologia dell'indice di "Laspeyres" utilizzato dall'ISTAT per la determinazione dell'inflazione) emerge che il recupero rispetto all'anno precedente applicato dai

supermercati è leggermente superiore alla media del comparto, anche in virtù dei maggiori sconti applicati precedentemente. Le evidenze indicano, comunque, una crescita dei prezzi rispetto a dicembre 2007 sostanzialmente allineata alle dinamiche registrate dall'ISTAT.

Peraltro queste dinamiche riguardano specialità medicinali che hanno mediamente il prezzo più basso (circa la metà) fra i prodotti venduti in farmacia, anche rispetto a quelli per la salute, o più comunemente detti salutistici, che non hanno connotazione farma-

ceutica e che sono fra i principali competitor dei farmaci non prescription poiché per il consumatore soddisfano un medesimo bisogno. I prodotti erboristici, infatti, costano mediamente 11,7 euro, i prodotti notificati 12 euro e quelli omeopatici 9,7 euro.

A livello geografico nel canale farmacia il Nord registra un incremento superiore alla media nazionale con oltre il 3,5% nel Nord Ovest e il 4% nel Nord Est, il Centro mostra un dato allineato alla media nazionale (2,9%), mentre nel Sud l'incremento è dell'1,5%.

	Valori assoluti anno 2008	Trend 2008/2007 prezzi per canale
FARMACI SENZA OBBLIGO DI RICETTA	6,5	
Farmacie	6,6	3,0%
Parafarmacie	6,3	2,1%
Gdo	5,2	3,4%
FARMACI DI AUTOMEDICAZIONE	6,7	
Farmacie	6,7	2,9%
Parafarmacie	6,6	2,0%
Gdo	5,5	3,3%
FARMACI S.P.	6,1	
Farmacie	6,1	3,3%
Parafarmacie	5,6	2,1%
Gdo	4,5	3,7%

Fonte: elaborazioni Anifa su dati IMS Health e IRI per valori assoluti elaborazioni IMS Health per calcolo trend: indice dei prezzi di Laspeyres

QUANDO UNO STARNUTO FA PRIMAVERA

L'Automedicazione in caso di allergie è il tema dell'ultimo incontro per la stampa organizzato dall'Anifa lo scorso 26 febbraio. In occasione dell'arrivo della bella stagione, l'evento dal titolo "Quando uno starnuto fa primavera" ha focalizzato l'attenzione sulla pollinosi, le sue caratteristiche e i rimedi per combatterla. Desiderio Passali (*nella foto a destra*), Professore di Clinica Otorinolaringoiatrica presso l'Università di Siena e Presidente della Federazione Internazionale delle Società di Otorinolaringoiatria, ha illustrato ai giornalisti intervenuti i sintomi di questo disturbo che colpisce 12 milioni di italiani e ha evidenziato il rilevante costo sociale dovuto alla carenza di concentrazione e attenzione che l'allergia comporta in chi ne soffre. Complice lo smog che danneggia le mucose nasali e la vita in città

che non permette di entrare in contatto con gli allergeni e quindi di "auto-vaccinarsi", in 10 anni, la popolazione allergica è passata dal 5% al 20%. Il professore ha ricordato che oltre ai vaccini pre-stagionali, con un'efficacia legata alla correttezza della diagnosi, per contrastare i sintomi dell'allergia è possibile ricorrere ai farmaci antistaminici di Automedicazione di-

sponibili in compresse, capsule, sciroppi, colliri, pomate e spray nasali.

Stessi rimedi anche per gli altri tipi di allergia non legati alla stagionalità e provocati da: acari della polvere, pelo degli animali domestici, alimenti, sostanze chimiche, cosmetici, metalli e sostanze inoculate con le punture di insetto.



ANCORA UN SUCCESSO PER IL BANCO FARMACEUTICO

Circa 325.000 farmaci donati in un solo giorno, +7,5% rispetto all'edizione 2008: queste le cifre del successo della IX Giornata Nazionale di Raccolta del Farmaco in detta sabato 14 febbraio dall'Associazione Banco Farma-

ceutico Onlus, in collaborazione con la CDO Opere Sociali. Nonostante la crisi, due clienti su tre delle quasi 3.000 farmacie italiane coinvolte hanno aderito all'iniziativa, donando farmaci per i bisognosi. Anche quest'anno, come avviene sin-

dalla prima edizione, Anifa ha confermato il suo sostegno all'iniziativa, nella convinzione che il progetto promosso dal Banco Farmaceutico rappresenti un serio contributo a fare dell'accesso alla salute un diritto per tutti, nessuno escluso.

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>

