

FEDERFARMA

LA SPESA FARMACEUTICA NEL 2015

Il mercato farmaceutico italiano

Sommario:

In rilievo:

Mercato italiano	p. 1
Dati nazionali	p. 6

Dati regionali:

Piemonte	p. 10
Liguria	p. 11
Valle d'Aosta	p. 12
Lombardia	p. 13
Veneto	p. 14
Bolzano	p. 15
Trento	p. 16
Friuli V.Giulia	p. 17
Emilia Romagna	p. 18
Marche	p. 19
Toscana	p. 20
Lazio	p. 21
Umbria	p. 22
Abruzzo	p. 23
Molise	p. 24
Campania	p. 25
Puglia	p. 26
Basilicata	p. 27
Calabria	p. 28
Sicilia	p. 29
Sardegna	p. 30

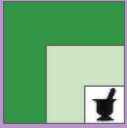
Il mercato farmaceutico globale ha chiuso il 2015 superando i mille miliardi di dollari con una crescita che ha sfiorato il 10% sul 2014. Nei prossimi cinque anni si prevede un rallentamento soprattutto legato all'evoluzione più contenuta dei pharmerging, Cina in testa, (CAGR 7,8%) a causa delle difficoltà economiche e della progressiva maturazione delle economie mentre gli Stati Uniti diventeranno i maggiori contributori in termini assoluti. Anche per l'Italia si prevede un'evoluzione moderata (4-5% di CAGR) una volta esaurito il picco legato all'introduzione dei nuovi antivirali. Il canale farmacia nella componente dei farmaci è previsto in leggera contrazione mentre sarà ancora il segmento ospedaliero a sostenere il trend.

Crescita a doppia cifra nel 2015 per il mercato italiano complessivo del farmaco, che ha chiuso l'anno con un progresso del 13,2% attestandosi a 24 miliardi di euro. Il risultato è stato conseguito grazie al sostanziale incremento dei consumi ospedalieri e della distribuzione per conto mentre il canale Farmacia ha segnato il passo. Nello specifico la crescita maggiore (+48%) l'ha fatta registrare la Distribuzione Diretta che rappresenta il 25,1% dei consumi totali ed il 52,4% di quelli ospedalieri, mentre il consumo interno ospedaliero (+12,8%) è apparso in linea con la crescita globale e quello della Distribuzione in Nome e per Conto (Dpc) è aumentato del 10,7%.

Il canale Farmacia mostra una lieve crescita dello 0,7% per un saldo positivo in euro di 50 milioni, risultato in linea con l'andamento dell'indice al dettaglio calcolato dall'Istat che al termine del 2015 è apparso in crescita dello 0,7% su base annuale - prima volta dopo 4 anni di decrescita (Fonte ISTAT); questo nonostante il costante calo dei prezzi dei farmaci a brevetto scaduto.

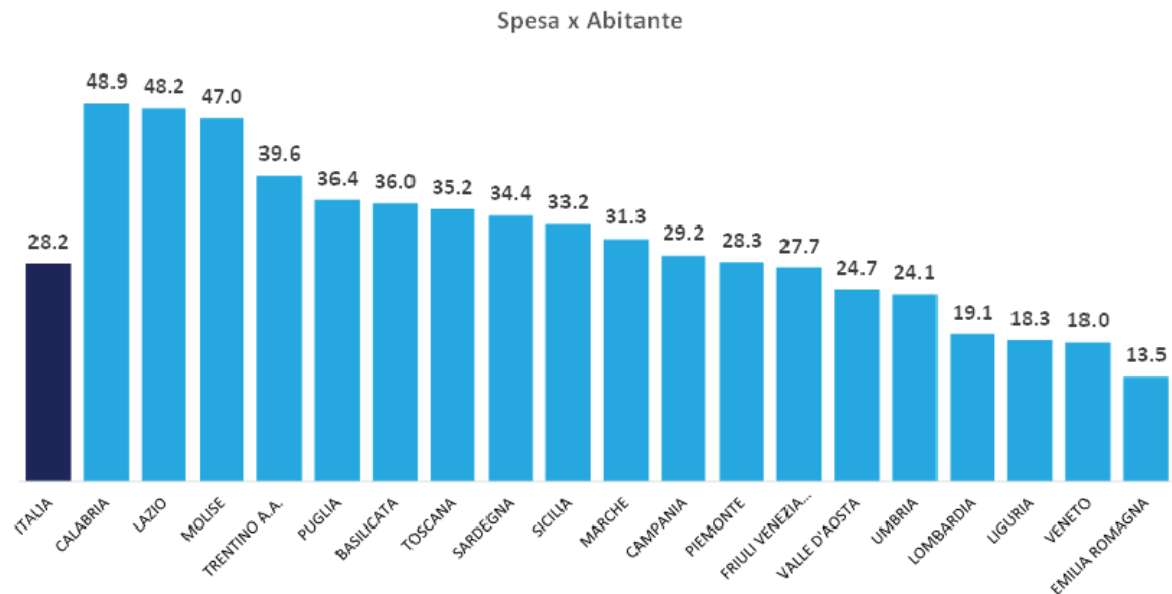
Tra le singole regioni, Puglia, Lombardia, Liguria, Calabria e Molise/Abruzzo hanno fatto registrare i progressi maggiori, in termini percentuali, nell'ambito della Distribuzione Diretta grazie ai nuovi farmaci per la cura dell'HCV, con incrementi superiori ai 60 punti mentre il Friuli Venezia Giulia è cresciuto "soltanto" del 27,7% e l'Umbria del 29%.

Nel settore Dpc, il cui valore di mercato nel 2015 è stato pari a 1,67 miliardi di euro, la crescita maggiore è stata appannaggio della Sicilia (+32,2%), che ha però attivato questa forma di distribuzione soltanto nel corso del 2014, seguita dal Friuli Venezia Giulia (+26%) e più distanziate dall'Emilia Romagna (+19,2%) e dal Veneto (+17,9%), mentre Liguria ed Umbria mantengono il mercato invariato.



Il mercato farmaceutico italiano

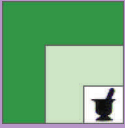
La spesa per abitante, sempre nell'ambito Dpc, ha visto invece capeggiare Calabria (48,9 euro), Lazio (48,2) e Molise (47), ben distanti dal valore medio nazionale (28,2 euro) e da quello delle regioni che si sono posizionate all'estremo opposta della classifica, ovvero Lombardia (19,1 euro), Liguria (18,3), Veneto (18) ed Emilia Romagna (13,5). Rispetto al 2014 abbiamo assistito ad un incremento percentuale dei valori, con la spesa media nazionale per abitante che è infatti cresciuta dell'8,4% mentre il vertice della classifica è apparso immutato e costituito dalle stesse 3 regioni, Calabria, Lazio e Molise che hanno però fatto registrare un incremento della spesa attorno ai 10 punti percentuali.



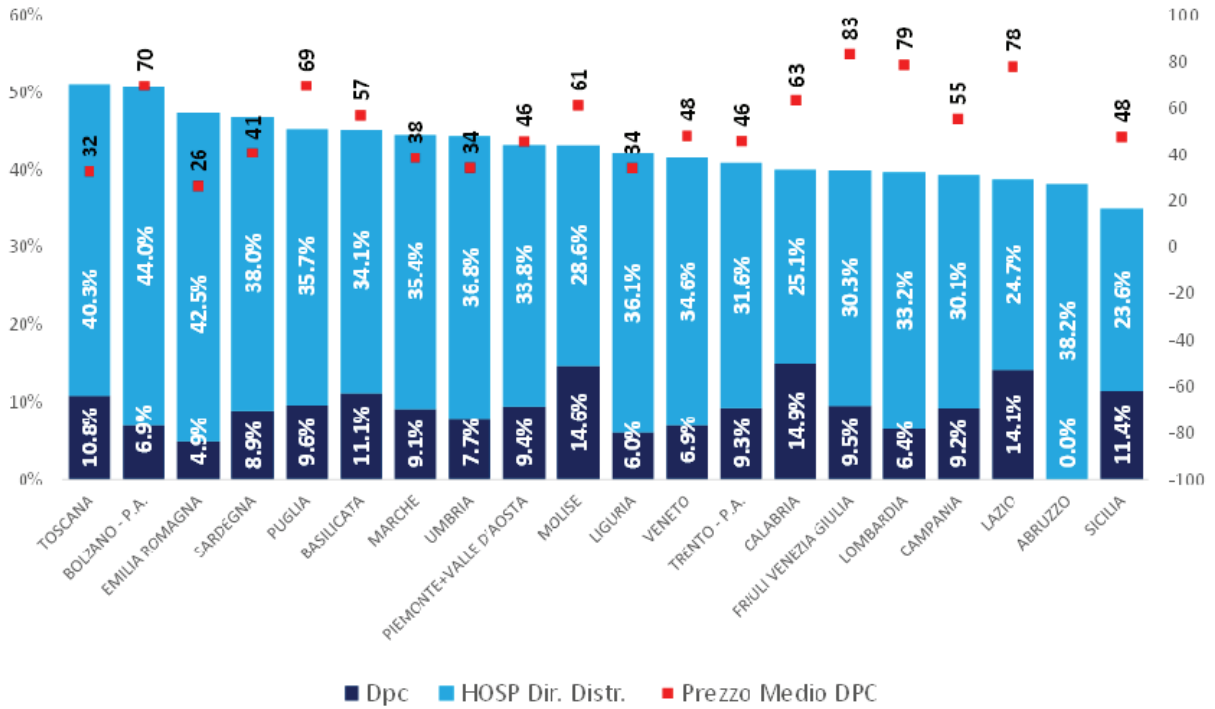
Fonte dati IMS Health Farma360, MAT Dec 2015

Il prezzo medio della Dpc presenta differenze evidenti tra regione e regione. La Toscana, in cui i canali Dpc + Distribuzione Diretta rappresentano il 50% circa del mercato Etico (con esclusione del canale Ospedaliero vero e proprio), ha un valore medio pari a 32 euro, ben inferiore a quello medio nazionale che si attesta attorno ai 53 euro. Valori inferiori alla media nazionale anche per Emilia Romagna (26 euro ed un mercato Dpc + Distribuzione Diretta pari al 47,4% del totale regione), Marche (38 euro), Umbria (34 euro) e Liguria (34 euro). Ai vertici della graduatoria spiccano invece gli 83 euro del Friuli Venezia Giulia con un mercato Dpc + Distribuzione Diretta pari al 39,8% con inoltre in evidenza i prezzi medi Dpc delle regioni Lombardia (79 euro), Lazio (78 euro) e Bolzano-P.A. (70 euro).

Dalla segmentazione del mercato totale in Farmacia emerge come siano ancora i farmaci etici a rappresentare la quota di maggioranza sul fatturato con un'incidenza del 59,5%. I farmaci di Classe A mostrano una lieve flessione dello -0,5% rispetto al 2014 mentre i non rimborsabili (Classe C) sono in crescita dell'1,6%. In termini di volumi invece, il risultato si capovolge, con i farmaci di Classe A in crescita dello 0,7% e quelli di Classe C in calo dell'1,7%. Il fatturato dei farmaci di Autocura, che nel 2014 aveva presentato un trend invariato per entrambe le categorie (Automedicazione e SoP), ha chiuso l'anno in aumento del +3,4% grazie soprattutto alla crescita dell'Automedicazione (+4,1%). I volumi dei farmaci di Autocura sono invece praticamente invariati rispetto all'anno 2014 con una variazione dello 0,1%.



Il mercato farmaceutico italiano

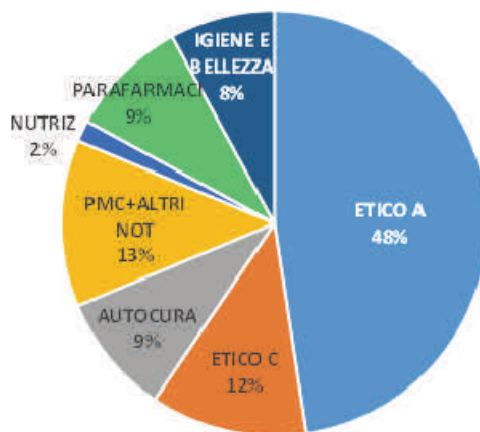


Fonte dati IMS Health

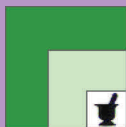
Risultato molto positivo per i prodotti Notificati (OTC non registrati, soprattutto integratori) sia in termini di volumi che di fatturato. Il fatturato è salito del 7,5% sospinto dall'incremento del 9% degli integratori, mentre i volumi sono cresciuti del 6 per cento (Integratori +7,8%).

In rosso il segmento dei Nutrizionali con un decremento del fatturato del -4,7%, motivato dal forte calo dei prodotti dimagranti (-15,2%) e dell'infanzia (-7,8%); in ribasso del -4,9% anche i volumi con i dimagranti in calo del -13% e i dietetici dell'infanzia in calo del -7,6%.

Parafarmaceutico ed Igiene e Bellezza, che assieme coprono più del 17% del mercato a valori, hanno invece chiuso il 2015 in crescita, facendo segnare un incremento in termini di fatturato pari al 2,5% per il primo ed al 3,2% per Igiene e Bellezza. Alla crescita del fatturato ha corrisposto anche quella dei volumi saliti rispettivamente dello 0,7% e del 3,3%.



Fonte dati IMS Health Pharmatrend, MAT Dec 2015



Il mercato farmaceutico italiano

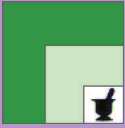
SEGMENTAZIONE DEL MERCATO IN FARMACIA ANNO 2015

ITALIA	QUANTITA'			VALORE PREZZO PUBBLICO		
MERCATO	(000)	Quota Mercato %	± %	(000)	Quota Mercato %	± %
FARMACI ETICI	1,562,116	61.5	0.3	15,019,142	59.5	-0.1
RIMBORSABILI (Classe A)	1,312,819	51.8	0.7	12,013,099	47.6	-0.5
NON RIMBORSABILI (Classe C)	248,297	9.8	-1.7	3,006,043	11.9	1.6
FARMACI DI AUTOCURA	277,747	10.9	0.1	2,318,591	9.2	3.4
FARMACI AUTOMEDICAZ.	208,420	8.2	0.4	1,738,838	6.8	4.1
FARMACI S.P.	69,328	2.7	-0.9	609,954	2.4	1.6
PMC+ALTRI NOTIFICATI	224,202	8.8	6.0	3,194,915	12.7	7.5
PMC	988	0.0	-5.9	8,811	0.0	-5.3
PRODOTTI OMEOPATICI	20,851	0.8	-3.5	252,188	1.0	-1.5
PROD. USO ERBORISTICO	12,466	0.5	-2.3	172,128	0.7	-1.1
ALTRI	199,898	7.5	7.8	2,733,977	10.9	9.0
NUTRIZIONALE	89,466	3.5	-4.9	408,042	1.6	-4.7
DIETETICI INFANZIA	30,188	1.2	-7.8	186,340	0.5	-7.8
DIMAGRANTI	3,478	0.1	-13.0	14,739	0.1	-15.2
ALTRI NUTRIZIONALI	55,800	2.2	-2.8	256,964	1.0	-2.3
PARAFARMACEUTICO	200,058	7.9	0.7	2,289,627	9.1	2.5
IGIENE E BELLEZZA	185,070	7.3	3.3	2,012,230	8.0	3.2
ACCESSORI	37,257	1.5	3.1	245,467	1.0	6.0
BAMBINI	1,219	0.0	-0.8	15,744	0.0	-1.0
BELLEZZA	32,922	1.3	5.4	102,189	0.4	3.6
IGIENE PERSONALE	66,831	2.6	2.7	627,849	2.5	2.5
MERCATO TOTALE	2,538,659	100.0	0.8	25,242,548	100.0	1.6

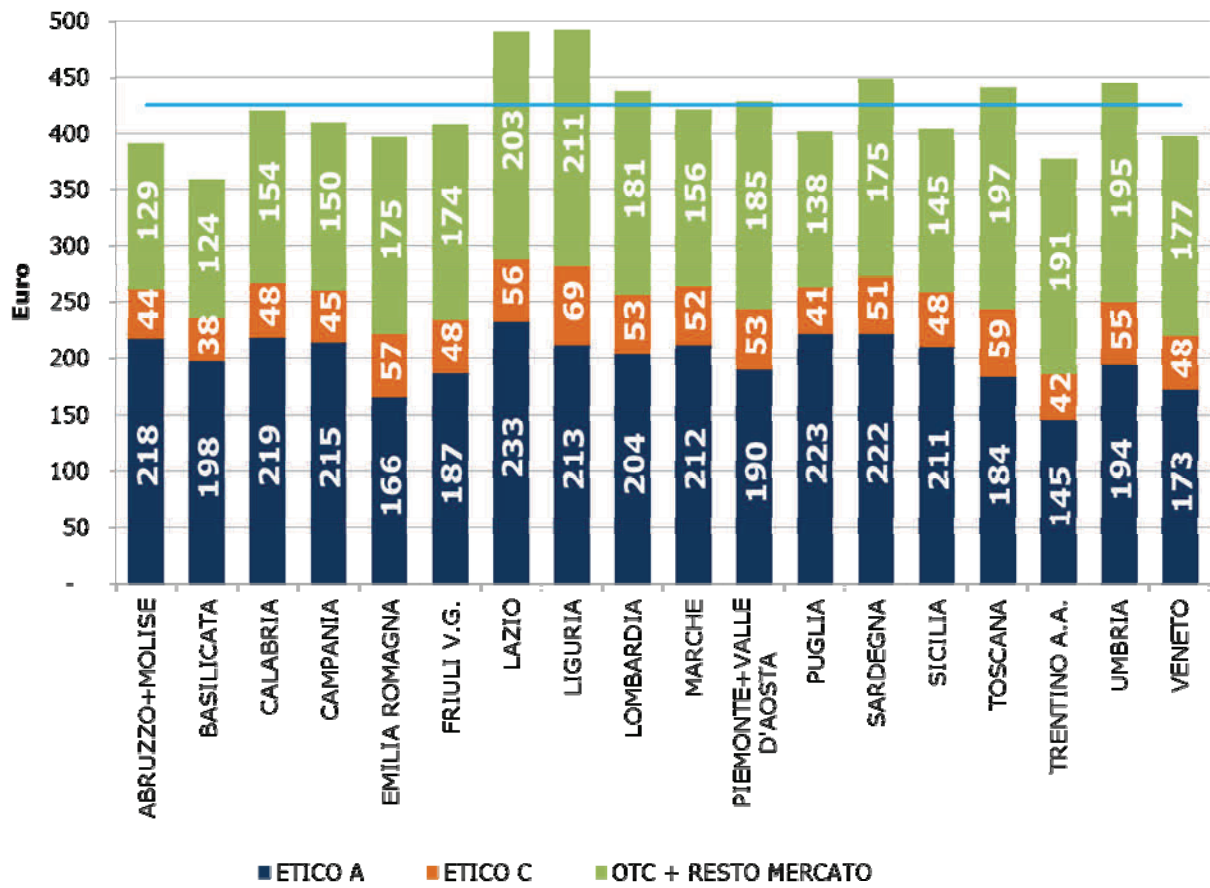
Fonte dati IMS Health Pharmatrend, MAT Dec 2015

La spesa pro-capite in Farmacia, a livello nazionale, è risultata pari a 425 euro, leggermente superiore rispetto all'anno precedente (419 euro) ed anche la distribuzione tra le varie regioni non ha fatto registrare variazioni rilevanti. Le regioni che hanno superato la media pro-capite sono state Lazio, Liguria, Sardegna, (con una forte incidenza dei farmaci rimborsati) Toscana ed Umbria.

Lazio e Liguria hanno oltrepassato il valore medio di circa 16 punti percentuali, posizionandosi rispettivamente a 492 e 493 euro, mentre è apparso più contenuto la differenza nelle altre tre regioni: la Sardegna è salita a 448 euro dai 441 del 2014, la Toscana si è attestata a 440 euro e l'Umbria a 444. Nella parte bassa della graduatoria troviamo invece le regioni più virtuose quali la Basilicata, con una spesa media pro-capite di 360 euro ed il Trentino Alto Adige (378 euro con l'incidenza dei farmaci rimborsati più bassa in Italia). Sotto alla media con una cifra inferiore ai 400 euro pro-capite, anche Abruzzo-Molise, Veneto ed Emilia Romagna.



Il mercato farmaceutico italiano,



Fonte dati IMS Health Pharmatrend, MAT Dec 2015