

FEDERFARMA

LA SPESA FARMACEUTICA NEL 2016

Il mercato farmaceutico italiano (a cura di QuintilesIMS)

Sommario:

In rilievo:

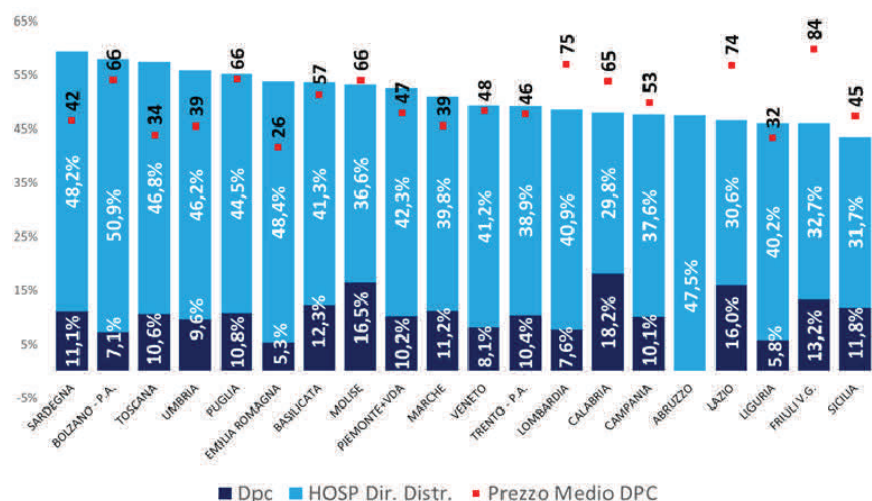
Mercato italiano	p. 1
Dati nazionali	p. 5

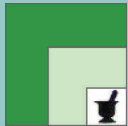
Dati regionali:

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

Nel 2016 la spesa farmaceutica nel mondo ha raggiunto e superato i 1.100 miliardi di dollari. La crescita nei prossimi cinque anni rallenterà rispetto al quinquennio precedente ma porterà comunque il valore globale del mercato attorno ai 1.400 miliardi a valori realizzo industria. La stima dei valori assoluti è al netto di sconti e negoziazioni ma le previsioni indicano comunque una crescita fra il 4 ed il 7% nei cinque anni (CAGR 2016-2020). I paesi emergenti terranno un passo di incremento più rapido (6-9%) ed in particolare India e Brasile potrebbero raggiungere ancora la doppia cifra. Per il nostro paese è prevista una evoluzione leggermente più favorevole rispetto ad alcuni dei top 5 EU (Francia e Spagna in particolare con l'incertezza dell'effetto Brexit sul Regno Unito).

In Italia nel 2016 il mercato farmaceutico ha chiuso con un andamento a valori più che dimezzato rispetto al 2015 (6% verso 13,3%). Il canale ospedaliero ha significativamente rallentato la crescita tornando a single digit negli ultimi mesi dell'anno con l'indebolirsi del contributo dei farmaci antivirali. La distribuzione per nome e per conto vale 1,8 milioni di euro ed è aumentata di oltre 144 milioni di euro rispetto al 2015 ma si evolve ad un passo più contenuto (8,6%). Quasi la metà della crescita in valori è generata dai Nuovi Anticoagulanti Orali: +92% in valori. L'attivazione della distribuzione per nome e per conto è operativa in tutte le regioni ad eccezione dell'Abruzzo ma con pesi molto variabili rispetto alla alternativa della distribuzione diretta ospedaliera. Emilia Romagna, Toscana, Sardegna, Umbria e P.A. di Bolzano hanno attivato in modo estensivo anche la distribuzione ai pazienti attraverso le aziende ospedaliere. In queste regioni la distribuzione diretta in tutte le sue forme (DPC e ospedaliera) supera il 55% dei consumi dei farmaci etici per i pazienti non ospedalizzati. (Vedi grafico seguente, il prezzo Medio DPC è espresso in €).





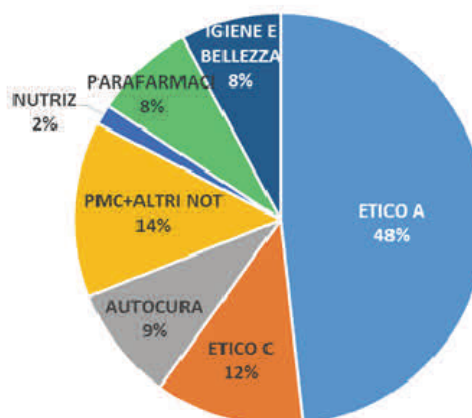
Il mercato farmaceutico italiano

SEGMENTAZIONE DEL MERCATO IN FARMACIA ANNO 2016

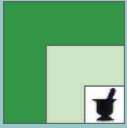
ITALIA	QUANTITA'			VALORE PREZZO PUBBLICO		
	(000)	Quota Mercato %	± %	(000)	Quota Mercato %	± %
FARMACI ETICI	1.579.614	61,9	-0,1	15.086.039	59,9	-1,1
RIMBORSABILI (Classe A)	1.330.882	52,1	0,2	12.129.199	48,2	-1,0
NON RIMBORSABILI (Classe C)	248.732	9,7	-1,7	2.956.840	11,7	-1,7
FARMACI DI AUTOCURA	266.099	10,4	-4,1	2.258.102	9,0	-1,9
FARMACI AUTOMEDICAZ.	198.807	7,8	-4,5	1.953.503	8,6	-2,3
FARMACI S.P.	67.292	2,6	-2,8	304.598	2,4	-0,9
PMC+ALTRI NOTIFICATI	239.487	9,4	4,9	3.460.286	13,7	6,6
PMC	886	0,0	11,8	5.230	0,0	10,7
PRODOTTI OMEOPATICI	20.422	0,8	-5,5	254.970	1,0	-2,5
PROD. USO ERBORISTICO	11.818	0,5	-5,4	166.967	0,7	-3,5
ALTRI	208.381	8,1	6,8	3.333.468	12,1	8,2
NUTRIZIONALE	89.583	3,5	-3,0	406.927	1,6	-2,4
DIE' ETICI INFANZIA	28.601	1,1	-7,1	122.064	0,5	-8,8
DIMAGRANTI	3.551	0,1	-8,0	14.549	0,1	-10,0
ALTRI NUTRIZIONALI	57.430	2,2	-0,5	270.314	1,1	1,3
PARAFARMACEUTICO	196.915	7,7	-1,0	1.969.738	7,8	-12,3
IGIENE E BELLEZZA	181.338	7,1	-0,7	1.986.406	7,9	-0,3
ACCESSORI	36.294	1,4	0,0	234.727	0,9	-1,6
BAMBINI	13.928	0,7	-6,2	108.555	0,4	-5,1
BELLEZZA	62.807	2,5	-0,2	1.325.754	4,1	0,3
IGIENE PERSONALE	65.308	2,6	-0,2	617.370	2,5	0,1
MERCATO TOTALE	2.553.034	100,0	-0,3	25.167.498	100,0	-1,2

Fonte dati QuintilesIMS Pharmatrend, MAT Dec 2016

In totale a valori la segmentazione del mercato per categoria di prodotti evidenzia la quota invariata dei farmaci etici A+C (60%) rispetto al 2015. Nel segmento di libera vendita guadagnano un punto di quota a valori i prodotti notificati grazie alla continua crescita degli integratori. Il parafarmaco ha una contrazione a seguito dell'uscita dal canale di molti consumi di diagnostica (in particolare i test sul diabete).

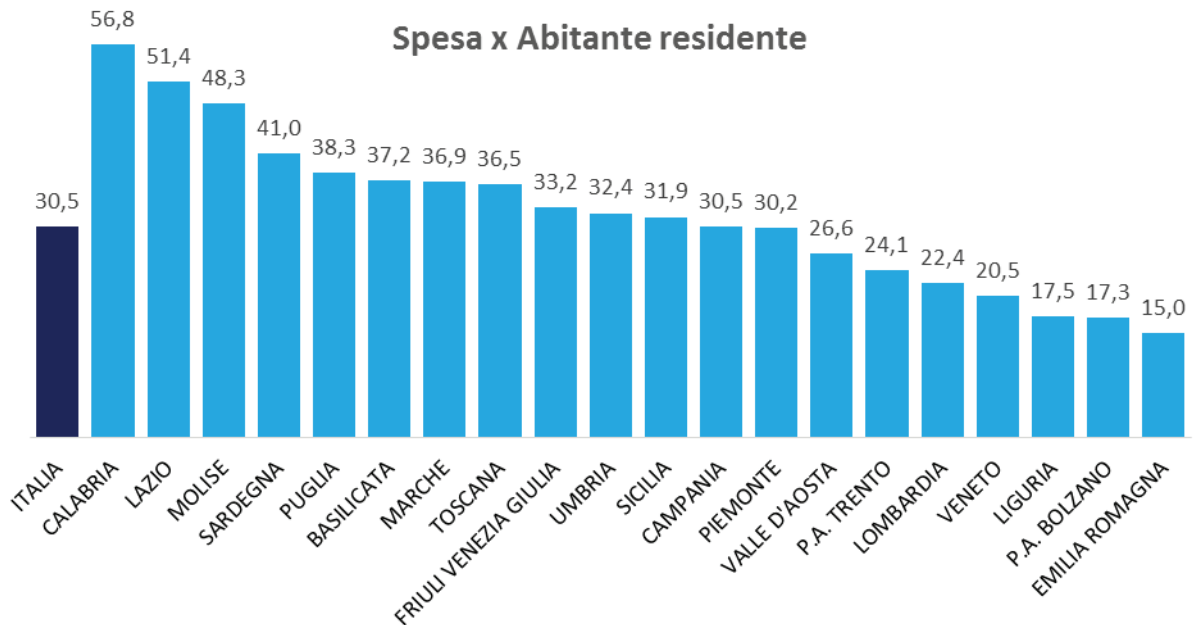


Fonte dati QuintilesIMS Pharmatrend, MAT Dec 2016



Il mercato farmaceutico italiano

La lista di farmaci distribuiti in DPC è molto diversa a seconda delle regioni con prezzi medi che spaziano dagli 84 euro del Friuli ai 26 dell'Emilia Romagna. La tipologia di medicinali inclusi nel prontuario, oltre alla ampiezza delle liste, impatta ovviamente sulla spesa pro-capite per regione. Nel 2016 la media a livello nazionale si alza da 28 a 30,5 Euro pro capite. (Vedi grafico seguente)



Fonte dati QuintilesIMS Pharmatrend, MAT Dec 2016 (valori in €)

In farmacia le specialità soffrono un decremento del 2% a valori. Il calo impatta soprattutto i farmaci di autocura ed in particolare gli OTC (in tutto circa 150 milioni di contrazione). In negativo anche i farmaci rimborsabili con nota. Fra le aree terapeutiche più importanti sull'anno (> 200 Mil.) crescono solo i prodotti per l'ipertrofia prostatica, gli antiepilettici, i regolatori del colesterolo e gli antipiretici/analgesici.

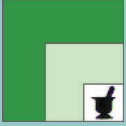
Il canale recupera parte delle perdite grazie al segmento commerciale. Il turnover totale (farmaco e libera vendita) chiude a 25,2 miliardi di euro (Prezzo al pubblico) con un -1,2% rispetto al 2015 mentre i volumi restano sostanzialmente invariati (-0,3%).

Il consumo di farmaci etici totalmente o parzialmente rimborsabili è cresciuto (+0,2%) mentre la domanda dei prodotti totalmente a carico dei pazienti (fascia C) ha un saldo negativo (-1,7%). Il segmento dei medicinali con obbligo di ricetta nel suo insieme è quasi invariato per quanto riguarda la domanda ma ha un saldo negativo sui valori ancora collegato ai tagli prezzi seguenti le ultime scadenze brevettuali.

L'autocura è in calo a volumi, specialmente sui farmaci di automedicazione: -4,5%. L'evoluzione negativa è stata influenzata anche dall'andamento della stagionalità influenzale nella prima parte dell'anno.

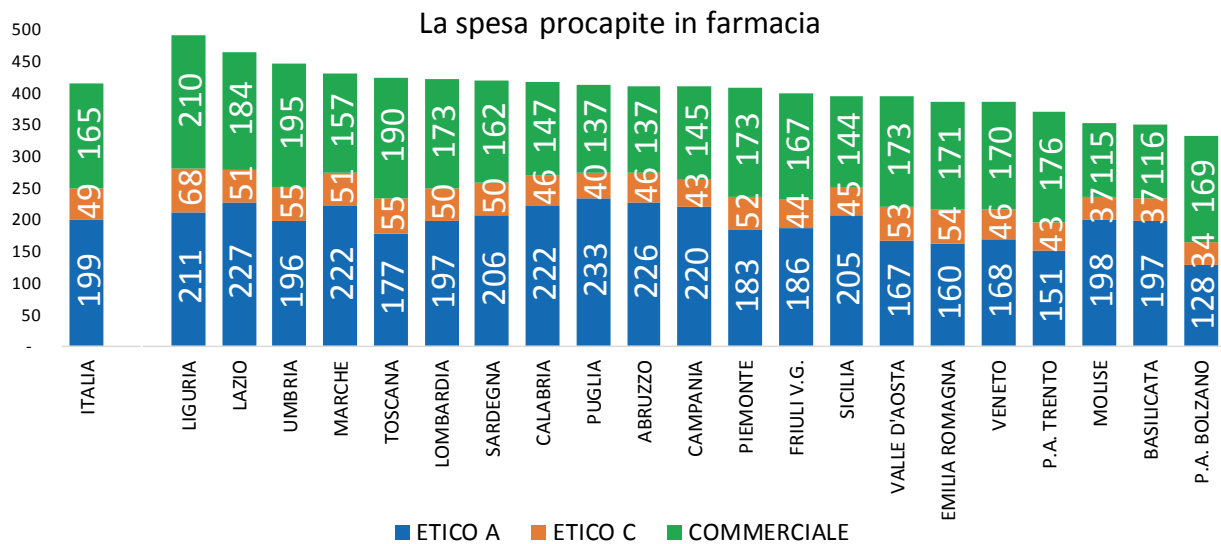
Il resto del mercato commerciale ha luci ed ombre. Come di consueto mostra grande vitalità il segmento dei prodotti notificati, specialmente gli integratori, che crescono del 7% in volumi di vendita e dell'8% a valori. Nell'area Igiene e Bellezza i prodotti per bambini perdono più del 5% in fatturato; la cosmesi ed i prodotti di igiene sono sostanzialmente stabili nei consumi mentre i valori presentano ancora un bilancio positivo. E' interessante anche il buon risultato a valori dei cibi speciali nel segmento nutrizionale, in generale sofferenza a causa della concorrenza di canale sui dietetici per l'infanzia.

(Vedi tabella pagina 3)



Il mercato farmaceutico italiano

La spesa pro capite in farmacia passa dai 425 euro del 2015 ai 413 di quest'anno. La regione Liguria guida la classifica generale con esborsi per farmaci in fascia C e prodotti commerciali più alti rispetto a tutte le altre regioni. Il dato è certamente collegato ad una popolazione residente abbastanza anziana ma potrebbe essere parzialmente influenzato da acquisti occasionali di pazienti non residenti vista la vocazione turistica del territorio. All'estremo opposto sono affiancate regioni agli antipodi, non solo geograficamente, Basilicata e P.A. di Bolzano, che hanno una quota di distribuzione diretta e DPC abbastanza simile. Bolzano infatti esprime la spesa più bassa per abitante sui farmaci etici (sia rimborsati che a carico del paziente) ed una delle più alte per il mercato di libera vendita ed è molto vicino in questo mix alla situazione della provincia di Trento. La Basilicata è ultima per pro capite di prodotti in libera vendita e in posizione comunque di coda sui farmaci etici a carico del paziente coerentemente con un PIL regionale fra i più bassi del paese. La regione esprime la spesa out of pocket (etico a carico del paziente e commerciale) più bassa in assoluto seguita dal Molise e a ruota da diverse regioni del Meridione con la P.A. di Bolzano inaspettatamente posizionata fra Sicilia e Campania regioni che, però, hanno una distribuzione diretta di dieci punti inferiore rispetto all'Alto Adige e quindi un più alto numero di referenze reperibili in farmacia.



Fonte dati QuintilesIMS Pharmatrend, MAT Dec 2016