



FEDERFARMA

# LA SPESA FARMACEUTICA NEL 2017

## Il mercato farmaceutico italiano (a cura di IQVIA)

### Sommario:

#### In rilievo:

Mercato italiano p. 1

Dati nazionali p. 6

### Dati regionali:

Piemonte	p. 11
Liguria	p. 12
Valle d'Aosta	p. 13
Lombardia	p. 14
Veneto	p. 15
Bolzano	p. 16
Trento	p. 17
Friuli V.Giulia	p. 18
Emilia Romagna	p. 19
Marche	p. 20
Toscana	p. 21
Lazio	p. 22
Umbria	p. 23
Abruzzo	p. 24
Molise	p. 25
Campania	p. 26
Puglia	p. 27
Basilicata	p. 28
Calabria	p. 29
Sicilia	p. 30
Sardegna	p. 31

La spesa farmaceutica nel mondo ha toccato nel 2017 i 1.135 miliardi di dollari con una crescita rispetto al 2016 del +2,3%. La previsione per i prossimi 5 anni è di crescita contenuta rispetto agli anni precedenti ma costante con valori compresi tra il +2,7% e il +5,7%. Questo trend porterà ad un valore complessivo nel 2021 di circa 1.400 miliardi di dollari.

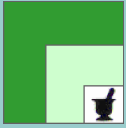
Per i paesi emergenti è prevista una crescita nei prossimi 5 anni intorno al +6,5% mentre i mercati più maturi cresceranno nell'intorno del +2%. Tra i paesi emergenti si stima che l'India crescerà ancora a doppia cifra, intorno al +10%.

La crescita per il mercato Italiano è prevista intorno al +3% nel prossimo quinquennio, in linea con gli altri paesi Top EU.

Considerando i canali distributivi Farmacia, Ospedale e DPC per quanto riguarda i farmaci Etici di classe A, C, Autocura S.P. e OTC, in Italia l'anno 2017 evidenzia una crescita in valore del +2,8% rispetto all'anno precedente. Questo trend è guidato dal canale ospedaliero (valorizzato a prezzo medio d'asta) ed in particolare dall'andamento dei prodotti più innovativi e costosi. Il canale ospedaliero vale circa 10,3 miliardi di euro e registra ancora una crescita importante (+3,9% rispetto al 2016) anche se molto inferiore rispetto agli ultimi 2 anni a causa dell'esaurimento dell'effetto dovuto ai farmaci antivirali.

Sempre per i farmaci Etici di classe A, C, di Autocura S.P. e OTC, la Farmacia risulta sostanzialmente flat rispetto allo scorso anno mantenendo il valore (calcolato al prezzo realizzo dell'industria) di circa 10,3 miliardi di euro, nonostante il calo dei farmaci rimborsabili SSN che hanno un peso di circa il 48% del totale canale. A compensazione troviamo una buona performance dei prodotti Etici di fascia C e di Autocura.

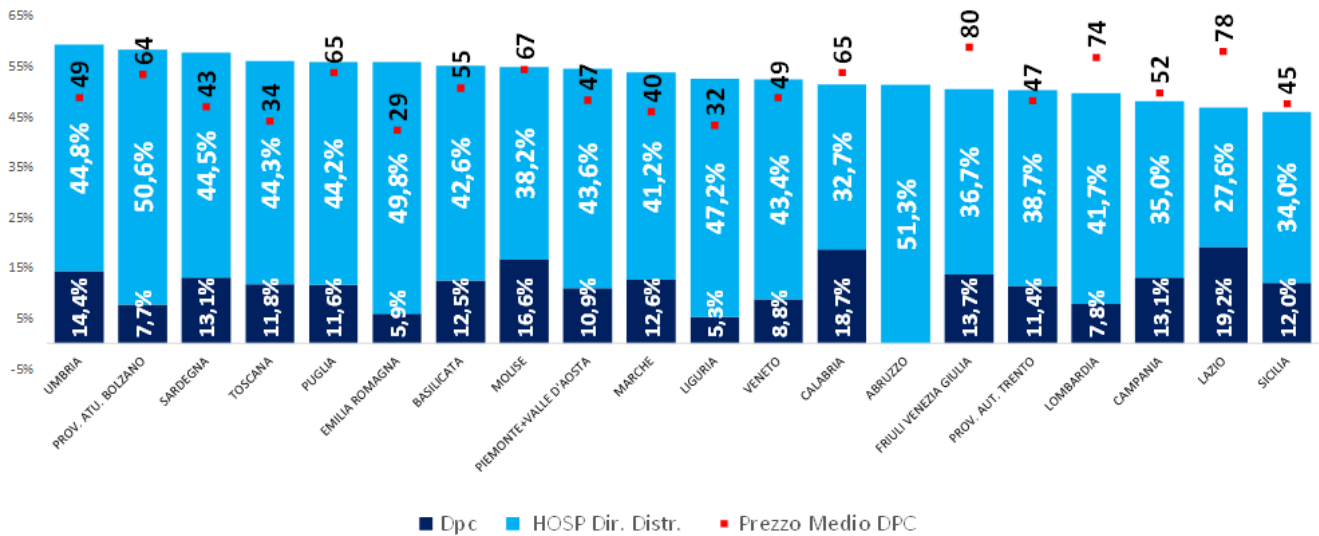
La Distribuzione in nome e Per Conto, a differenza degli altri canali, mantiene ancora una spinta importante con un aumento superiore al 13% e superando i 2 miliardi di euro sull'anno (valorizzato a prezzo base d'asta). Il mercato DPC è composto da 315 molecole (di cui le top 16 fanno il 50% del mercato a valore) e 1.463 codici ministeriali (di cui 38 fanno il 50% del mercato sempre a valore). I mercati con crescite ben superiori alla media sono sostanzialmente due: quello dei NOA (50% di contribuzione alla crescita), motivato dal lancio di un nuovo prodotto e quello delle Eritropoietine, dove si notano degli andamenti straordinariamente positivi dei biosimilari commercializzati ormai da circa 9 anni. Da ricordare che la Distribuzione in nome e per Conto è attiva in tutte le regioni ad eccezione dell'Abruzzo.



# Il mercato farmaceutico italiano

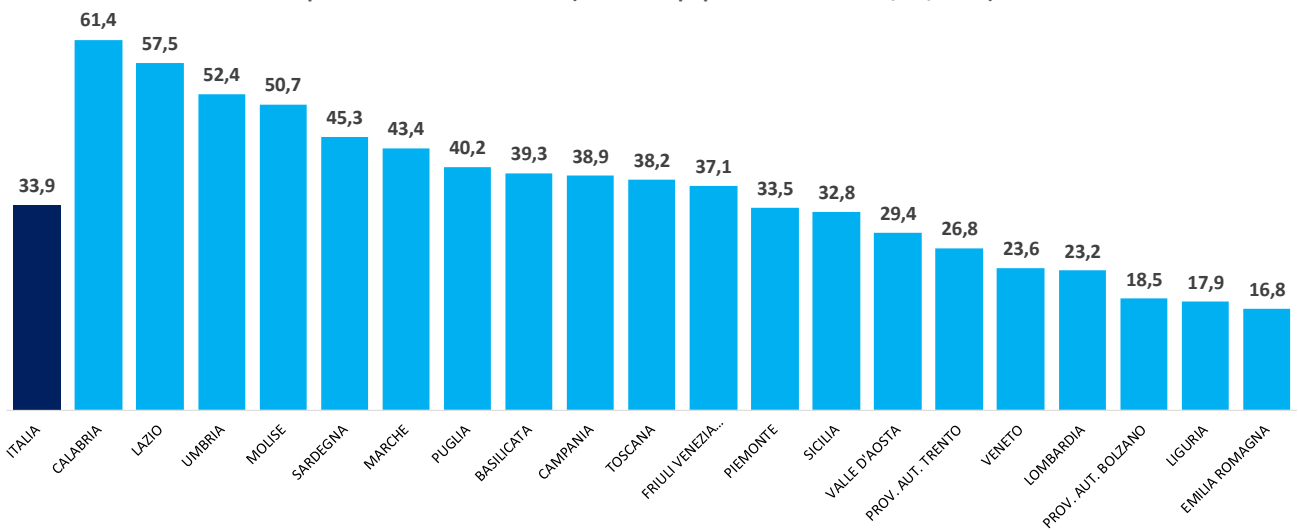
Esaminando il comportamento regionale per quanto riguarda le modalità distributive DPC e Distribuzione Diretta, utilizzando per entrambi i canali una valorizzazione a prezzo massimo di cessione, si continua a rilevare un comportamento eterogeneo tra le Regioni che prediligono la DPC (Lazio, Calabria, Molise) dove attraverso questo canale vengono distribuiti principalmente farmaci ad alto costo (per cui il prezzo medio del canale DPC risulta elevato) e Regioni che si avvalgono maggiormente della Distribuzione Diretta attraverso le Aziende Ospedaliere soprattutto per i farmaci più costosi (Emilia, Liguria, P.A. Bolzano).

Lo spaccato regionale con le quote % di DPC e Distribuzione Diretta (valorizzate per quest'analisi entrambe a prezzo massimo di cessione) e con il Prezzo medio in euro dei consumi in DPC è riportato nel grafico seguente.

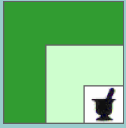


La spesa regionale per abitante residente della DPC riflette la situazione esposta prima con valori maggiori per le regioni che prediligono questa modalità distributiva rispetto alla distribuzione diretta sia in termini di numerosità di prodotti inseriti nelle liste che di valore dei prodotti stessi.

Spesa x Abitante residente (basata su popolazione ISTAT 01/01/2017)

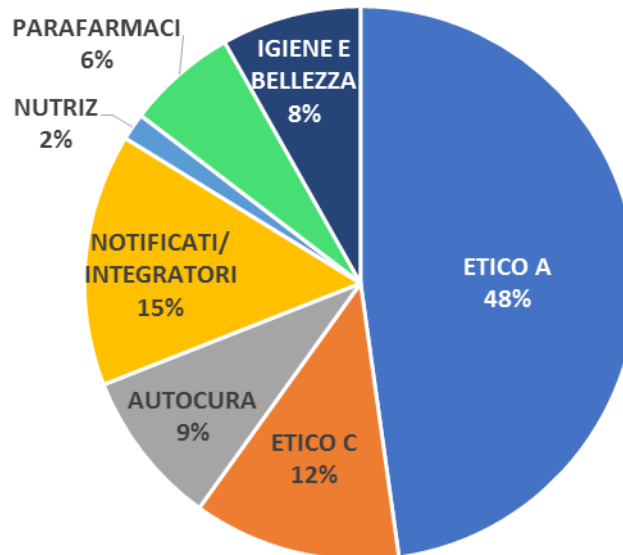


La DPC continua in ogni caso a crescere come detto in precedenza e la media nazionale per abitante residente si alza da 30€ del 2016 a 33,9€ nel 2017.



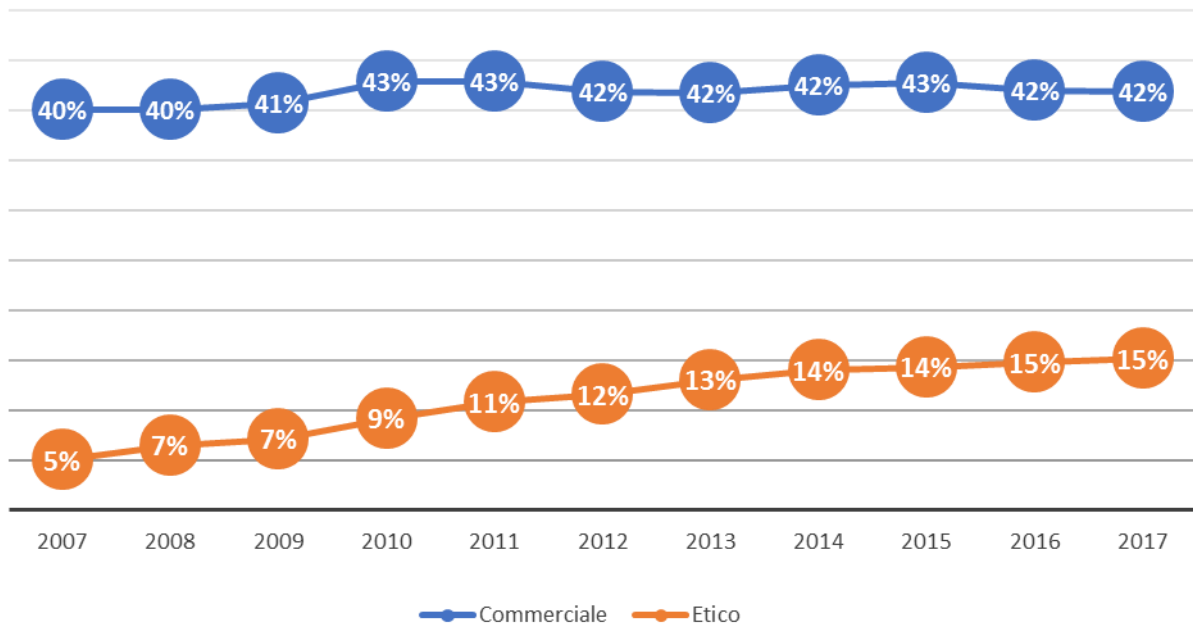
## Il mercato farmaceutico italiano

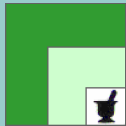
Il turnover totale a valore prezzo al pubblico del solo canale Farmacia nel 2017 chiude a 24,5 miliardi di euro, con un decremento del -0,9% rispetto al 2016. I volumi calano in modo più sensibile (-1,9%) attestandosi a 2,5 milioni di unità vendute. Lo split tra Etico e Commerciale rimane sempre abbastanza stabile su una proporzione 60%-40%, modificandosi solo nei decimali.



Indirizzando brevemente la nostra attenzione in prima analisi sulle modalità di acquisto di prodotti da parte della Farmacia, si assiste ad un forte incremento della quota degli acquisti diretti (dalle Aziende produttrici) per i farmaci Etici, quota che si è triplicata negli ultimi 10 anni, in particolare a seguito della maggior penetrazione del farmaco equivalente sul mercato. Per quanto riguarda il comparto commerciale si assiste invece ad una quota di acquisti diretti praticamente stabile nel corso del tempo.

### % di acquisti diretti 2007-2017





## Il mercato farmaceutico italiano

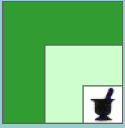
Ritornando a focalizzarci sul fatturato di vendita dei vari comparti di prodotto nel canale Farmacia, si conferma il progressivo calo dei prodotti Etici che perdono il 2% a valori rispetto al 2016. In particolare il calo è dovuto agli Etici di Classe A totalmente o parzialmente rimborsabili che perdono il 2,7% mentre i farmaci Etici a carico dei pazienti (Classe C) crescono a valori del +0,6%.

SEGMENTAZIONE DEL MERCATO IN FARMACIA ANNO 2017						
ITALIA	QUANTITA'			VALORE PREZZO PUBBLICO		
MERCATO	(000)	Quota Mercato %	± %	(000)	Quota Mercato %	± %
<b>FARMACI ETICI</b>	<b>1.545.490</b>	<b>61,9</b>	<b>-2,0</b>	<b>14.660.721</b>	<b>59,9</b>	<b>-2,0</b>
RIMBORSABILI (Classe A)	1.304.065	52,2	-1,8	11.688.122	47,8	-2,7
NON RIMBORSABILI (Classe C)	241.425	9,7	-3,2	2.972.599	12,2	0,6
<b>FARMACI DI AUTOCURA</b>	<b>253.101</b>	<b>10,1</b>	<b>-5,1</b>	<b>2.226.705</b>	<b>9,1</b>	<b>-1,5</b>
FARMACI AUTOMEDICAZ.	189.754	7,6	-4,6	1.637.342	6,7	-1,0
FARMACI S.P.	63.348	2,5	-6,4	589.364	2,4	-2,9
<b>NOTIFICATI/INTEGRATORI</b>	<b>244.641</b>	<b>9,8</b>	<b>2,3</b>	<b>3.606.441</b>	<b>14,7</b>	<b>4,5</b>
PMC	731	0,0	-15,3	4.014	0,0	-23,0
PRODOTTI OMEOPATICI	17.656	0,7	-12,5	223.123	0,9	-10,7
PROD. USO ERBORISTICO	11.269	0,5	-8,9	157.833	0,6	-7,4
ALTRI	214.985	8,6	4,5	3.221.471	13,2	6,5
<b>NUTRIZIONALE</b>	<b>82.492</b>	<b>3,3</b>	<b>-5,1</b>	<b>388.023</b>	<b>1,6</b>	<b>-1,9</b>
DIETETICI INFANZIA	25.818	1,0	-7,2	112.400	0,5	-5,1
DIMAGRANTI	3.176	0,1	-7,6	12.920	0,1	-8,9
ALTRI NUTRIZIONALI	53.498	2,1	-4,0	262.702	1,1	-0,1
<b>PARAFARMACEUTICO</b>	<b>192.557</b>	<b>7,7</b>	<b>-1,6</b>	<b>1.577.121</b>	<b>6,4</b>	<b>-3,7</b>
<b>IGIENE E BELLEZZA</b>	<b>180.241</b>	<b>7,2</b>	<b>-0,6</b>	<b>2.003.674</b>	<b>8,2</b>	<b>0,9</b>
ACCESSORI	35.088	1,4	-3,6	227.210	0,9	-3,5
BAMBINI	15.955	0,6	-5,2	103.272	0,4	-4,3
BELLEZZA	65.717	2,6	4,7	1.063.513	4,3	3,7
IGIENE PERSONALE	63.482	2,5	-3,0	609.679	2,5	-1,3
<b>MERCATO TOTALE</b>	<b>2.498.523</b>	<b>100,0</b>	<b>-1,9</b>	<b>24.462.685</b>	<b>100,0</b>	<b>-0,9</b>

I Farmaci di Autocura segnano decrementi a volumi intorno al -5% e a valori nell'ordine del -1,5%. In particolare i farmaci S.P. sono in forte calo (-6,4% a volumi, quasi -3% a valore) rispetto al 2016.

I Nutrizionali continuano a risentire dello switch di canale a favore del Corner della Grande Distribuzione, che oramai rappresenta circa il 30% del totale vendite a valore del comparto considerando i 3 canali distributivi Farmacia-Parafarmacie-Corner Grande Distribuzione. In Farmacia si assiste pertanto ad un decremento in termini di unità vendute pari al -5,1%, con un valore inferiore di quasi 2 punti percentuali rispetto al 2016.

Il comparto dei Notificati/Integratori mantiene il suo trend positivo anche quest'anno grazie al traino degli integratori e segna un +4,5% a volumi e un +6,5% a valori il che denota una crescita anche del prezzo medio della categoria rispetto all'anno passato. Male invece i prodotti erboristici e omeopatici, che comunque rappresentano un mercato abbastanza marginale del comparto.



# Il mercato farmaceutico italiano

La categoria dell'Igiene e Bellezza rimane invece abbastanza stabile registrando una variazione del -0,6% a volumi e un +0,9% a valore rispetto all'anno precedente. In questo comparto, considerando la somma dei canali distributivi Parafarmacia e Corner della Grande Distribuzione, si raggiunge circa il 20% del mercato totale dei 3 canali.

Analizzando la spesa pro capite in farmacia, in Italia nel 2017 scende a 404 euro, con variabilità regionale dai 482 Euro della Liguria ai 323 euro di Bolzano e con comportamenti alquanto differenti in termini di suddivisione del fatturato stesso tra farmaci etici e prodotti commerciali.

La Liguria anche per il 2017 è infatti la regione che segna una maggiore spesa pro capite totale. Da notare che la notevole differenza rispetto alla media nazionale è determinata da una maggiore spesa relativa ai farmaci di classe C e ai prodotti commerciali, tipicamente a spesa privata, che risulta essere circa il 30% più alta della media nazionale.

In Liguria i prodotti commerciali rappresentano la fetta maggiore della spesa, superiore anche alla quota dei farmaci etici di classe A, raggiungendo i 213 euro pro capite, ben al di sopra della media nazionale.

Per la spesa dei prodotti rimborsabili di fascia A sono invece Abruzzo (spesa di circa il 17% più alta rispetto alla media nazionale) e Calabria (con una spesa superiore del 14% rispetto alla media nazionale) a guidare la classifica.

