



FEDERFARMA

# LA SPESA FARMACEUTICA NEL 2018

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

### Sommario:

#### In rilievo:

Mercato italiano	p. 1
Dati nazionali	p. 4

### Dati regionali:

Piemonte	p. 9
Liguria	p. 10
Valle d'Aosta	p. 11
Lombardia	p. 12
Veneto	p. 13
Bolzano	p. 14
Trento	p. 15
Friuli V.Giulia	p. 16
Emilia Romagna	p. 17
Marche	p. 18
Toscana	p. 19
Lazio	p. 20
Umbria	p. 21
Abruzzo	p. 22
Molise	p. 23
Campania	p. 24
Puglia	p. 25
Basilicata	p. 26
Calabria	p. 27
Sicilia	p. 28
Sardegna	p. 29

Il mercato italiano dei prodotti venduti in farmacia chiude il 2018 con un fatturato totale di 24,4 miliardi di euro (-1,3% rispetto al 2017).

Oggi la dispensazione dei farmaci più innovativi e, pertanto, più costosi avviene attraverso l'ospedale o l'ASL con l'obiettivo di ridurre i costi attraverso l'acquisto diretto di medicinali dall'industria farmaceutica. Ma questo ha influito sui ricavi della farmacia. Inoltre, hanno un peso sempre più rilevante i prodotti equivalenti o generici, che costano meno del prodotto originale di cui è scaduto il brevetto.

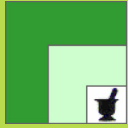
Il risultato è un mercato totale del farmaco da prescrizione (ospedaliero e farmacia) in crescita con un fatturato totale nel 2018 di 21,8 miliardi di euro, +2,4% rispetto al 2017, anche se si registra un rallentamento rispetto agli anni precedenti.

Continua a crescere, in particolare, il canale ospedaliero, in aumento nel 2018 del 4%, raggiungendo 10,8 miliardi (valorizzato a prezzo medio ponderato, sulla stima del prezzo reale di acquisto tenendo conto degli sconti).

Nel 2018, si registra soprattutto una crescita dei consumi dei farmaci oncologici sia a volumi (+12,7%), sia a valori (+23,1%). Tali farmaci rappresentano circa il 40% del consumo di farmaci in ospedale. Inoltre, continua il piano di eradicazione farmacologica dell'epatite C. Infatti, si nota un calo sia a volumi (-4,1%) sia a valori (-15,9%) dei farmaci HCV grazie alla progressiva diminuzione dei pazienti affetti da questa patologia, così costosa in termini di vite umane e con pesanti riflessi sulla spesa sanitaria. Nel 2018 il fatturato lordo per i farmaci per l'epatite C si attesta a circa 1,4 miliardi di euro, ben lontano dal picco di 2 miliardi del 2016.

Sempre in area acquisti diretti (ospedaliera), è da evidenziare la distribuzione in nome e per conto (DPC), una modalità di dispensazione di alcune categorie di farmaci, soprattutto per patologie croniche, da parte delle farmacie, introdotta sia per ridurre il costo d'acquisto, sia per migliorare la capillarità della distribuzione. La distribuzione in nome e per conto registra un importante aumento a 2,3 miliardi (+13,7%). In questo comparto si rafforza la leadership della classe degli anticoagulanti di nuova generazione (NOA) che rappresentano il 15% del totale a valori e circa il 50% dell'incremento.

Il consumo dei farmaci da prescrizione di fascia A e C in farmacia flette del 2,3% a 8,6 miliardi di euro, di cui 6,7 miliardi rimborsati dal SSN.



## Il mercato farmaceutico italiano

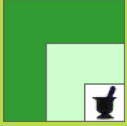
I volumi dei farmaci di classe A - prodotti essenziali il cui costo è a carico dello Stato e che rappresentano quasi l'80% del valore dei farmaci etici in farmacia - sono sostanzialmente invariati rispetto all'anno prima. In questo comparto sono i farmaci gastroprotettori a risultare primi in termini di spesa, nonostante la quota di acquisto privato (senza rimborso SSN) sia rilevante per questa categoria di farmaci (circa il 20% a volumi). Il mercato dei farmaci per l'ipercolesterolemia, che occupano la seconda posizione in termini di spesa, con un peso del 6% sul totale rimborsato, si è ridotto del 25% a causa della scadenza del brevetto di rosuvastatina e di ezetimibe e la conseguente genericazione.

Per quanto riguarda i farmaci di fascia C - il cui rimborso non è concesso dal SSN e che quindi sono a carico del cittadino - si segnala un andamento stabile sia a volumi che a valori (1,9 miliardi di euro).

Prosegue la crescita del mercato dei farmaci generici equivalenti in farmacia che sono ormai considerati intercambiabili rispetto al farmaco originale e pertanto sono un'opzione terapeutica alternativa a basso costo. I farmaci equivalenti di classe A e C hanno raggiunto una quota di mercato in farmacia del 26% a volumi. Il ricorso ai prodotti equivalenti continua ad essere più alta al nord (31,7% quota mercato a volumi) e al centro (26,4%). Mentre al sud il consumo di prodotti equivalenti resta più basso con una quota a volumi del 19,9%. La spesa aggiuntiva a carico del cittadino per acquistare il prodotto branded è stato di oltre un miliardo di euro nel 2018.

Nel 2018 il comparto commerciale in farmacia registra un andamento in crescita che ha raggiunto i 10 miliardi di euro, con un incremento del 2,1% rispetto al 2017. Questo comparto è composto dai prodotti da banco, dagli articoli per la cura personale, dai parafarmaci e dai prodotti nutrizionali. (vedi tabella che segue).

SEGMENTAZIONE DEL MERCATO IN FARMACIA ANNO 2018						
ITALIA	QUANTITA'			VALORE PREZZO PUBBLICO		
MERCATO	(000)	Quota Mercato %	± %	(000)	Quota Mercato %	± %
FARMACI ETICI	1.557.629	62,2	-1,1%	14.380.084	58,9	-3,5%
RIMBORSABILI (CLASSE A)	1.312.761	52,4	-1,2%	11.394.114	46,7	-4,1%
NON RIMBORSABILI (CLASSE C)	244.868	9,8	-0,6%	2.985.970	12,2	-1,1%
FARMACI DI AUTOCURA	249.302	10,0	-0,3%	2.256.697	9,3	2,6%
FARMACI AUTOMEDICAZ.	188.314	7,5	-0,1%	1.684.498	6,9	3,4%
FARMACI S.P.	60.988	2,4	-1,2%	572.198	2,3	0,6%
INTEGRATORI/NOTIFICATI	247.477	9,9	2,4%	3.707.347	15,2	4,5%
PMC	698	0,0	-1,7%	3.744	0,0	-3,6%
PRODOTTI OMEOPATICI	15.713	0,6	-11,0%	200.894	0,8	-9,7%
PROD. USO ERBORISTICO	9.600	0,4	-5,5%	131.216	0,5	-5,4%
ALTRI NOTIFICATI	221.467	8,8	3,9%	3.371.492	13,8	6,0%
NUTRIZIONALE	85.382	3,4	-3,1%	401.605	1,6	-0,9%
DIETETICI INFANZIA	27.092	1,1	-5,0%	113.146	0,5	-5,3%
DIMAGRANTI	2.974	0,1	-4,9%	12.379	0,1	-0,9%
ALTRI NUTRIZIONALI	55.316	2,2	-2,0%	276.080	1,1	1,0%
PARAFARMACEUTICO	186.963	7,5	-0,4%	1.686.528	6,9	-1,4%
IGIENE E BELLEZZA	177.577	7,1	-0,3%	1.962.943	8,0	0,7%
ACCESSORI	34.740	1,4	-0,1%	224.548	0,9	0,2%
BAMBINI	15.732	0,6	-3,3%	99.562	0,4	-4,4%
IGIENE PERSONALE	62.300	2,5	-0,3%	597.887	2,5	0,5%
BELLEZZA	64.805	2,6	0,4%	1.040.945	4,3	1,5%
MERCATO TOTALE	2.504.331	100,0	-0,6%	24.395.203	100,0	-1,3%



## Il mercato farmaceutico italiano

Anche nel 2018, si è riconfermato il successo del mercato degli integratori (complessi vitaminici, minerali, probiotici). Questi prodotti rappresentano la risposta del farmacista a una richiesta sempre più pressante e personalizzata di salute e benessere da parte del cliente-paziente. Nel 2018, il comparto è arrivato a fatturare 3,7 miliardi di euro (+4,5%) e segna aumenti consistenti da oltre cinque anni.

I prodotti da banco di automedicazione hanno segnato un aumento a 2,3 miliardi di euro (+2,6%). Questo successo è dovuto al fatto che i pazienti sono più informati e sentono meno l'esigenza di ricorrere al medico per le malattie lievi. Pertanto, il farmacista gioca un ruolo sempre più importante nella cura di queste malattie.

In leggero aumento il mercato della cura personale, dell'igiene e della cosmesi attestato a due miliardi di euro (+0,7%). Questo segmento vede un buon risultato dei prodotti senza il brand dell'azienda produttrice, venduti con il nome della farmacia.

Per quanto riguarda i parafarmaci (siringhe, termometri, dispositivi medici) l'andamento delle vendite, rispetto al 2017, è sostanzialmente stabile a 1,7 miliardi di euro.

Sono in calo, invece, le vendite dei prodotti nutrizionali (-0,9%) a causa della forte concorrenza da parte di altri canali di vendita, in particolare dell'e-commerce e della grande distribuzione organizzata.

Dal punto di vista regionale, spicca la performance in controtendenza della Lombardia (+0,5% rispetto al 2017), questo è evidente soprattutto nel segmento commerciale (+3,6%) e per quanto riguarda gli integratori (+5,3%). Mentre Puglia, Calabria e Sardegna segnano decrementi superiori al 3%.

Anche nel 2018 il commercio online dei prodotti di libera vendita mette a segno una notevole crescita a doppia cifra (+63%), ma il giro di affari arriva ad appena 154 milioni di euro. Il comparto che registra più vendite online (42% del mercato) è quello dei prodotti da banco di automedicazione e degli integratori (vitamine, minerali, probiotici) con una crescita di circa il 58% a 65,5 milioni di euro. Mentre il comparto dei prodotti per la cura personale (creme, cosmetici, igiene personale) si attesta a 51,2 milioni di euro (+38%) nel 2018. Grande risultato per i prodotti nutrizionali le cui vendite aumentano del 138% online arrivando a 21 milioni.