

IQVIA: «Un primo trimestre in recupero»



Maurizio Maggini
Suppl. Relationship
Sr Mgr. Italy
CH & Pharmacy Market

Il primo trimestre 2022 segna una buona crescita dei prodotti da farmacia (+7,5 per cento a valori rispetto allo stesso periodo 2021). Continua il boom della farmacia on line, +24,8 per cento. Si consolida il fenomeno delle catene: forte tendenza a concentrarsi sui servizi. DPC in forte crescita: (+9,8 per cento a valori).

Un primo trimestre 2022 in grande recupero rispetto allo stesso periodo 2021 per il mercato italiano dei prodotti da farmacia che fatturano **6,4 miliardi di euro in farmacia (inclusi i farmaci da prescrizione), 238 milioni in parafarmacia, 654 milioni di euro attraverso la grande distribuzione organizzata (Gdo) e 178 milioni con il canale**

e-commerce. Il totale del mercato vede, infatti, un aumento del **7,5 per cento** con un picco particolare per **l'e-commerce (+24,8 per cento)**. Anche i ricavi delle **parafarmacie sono in aumento (+10,3 per cento)** e le **farmacie registrano un +7,2 per cento di fatturato** nei primi tre mesi del 2022. A descrivere lo scenario è IQVIA, provider globale di dati in ambito sanitario, farmaceutico, tecnologie innovative, consulenza e servizi di ricerca clinica (Figura 1).

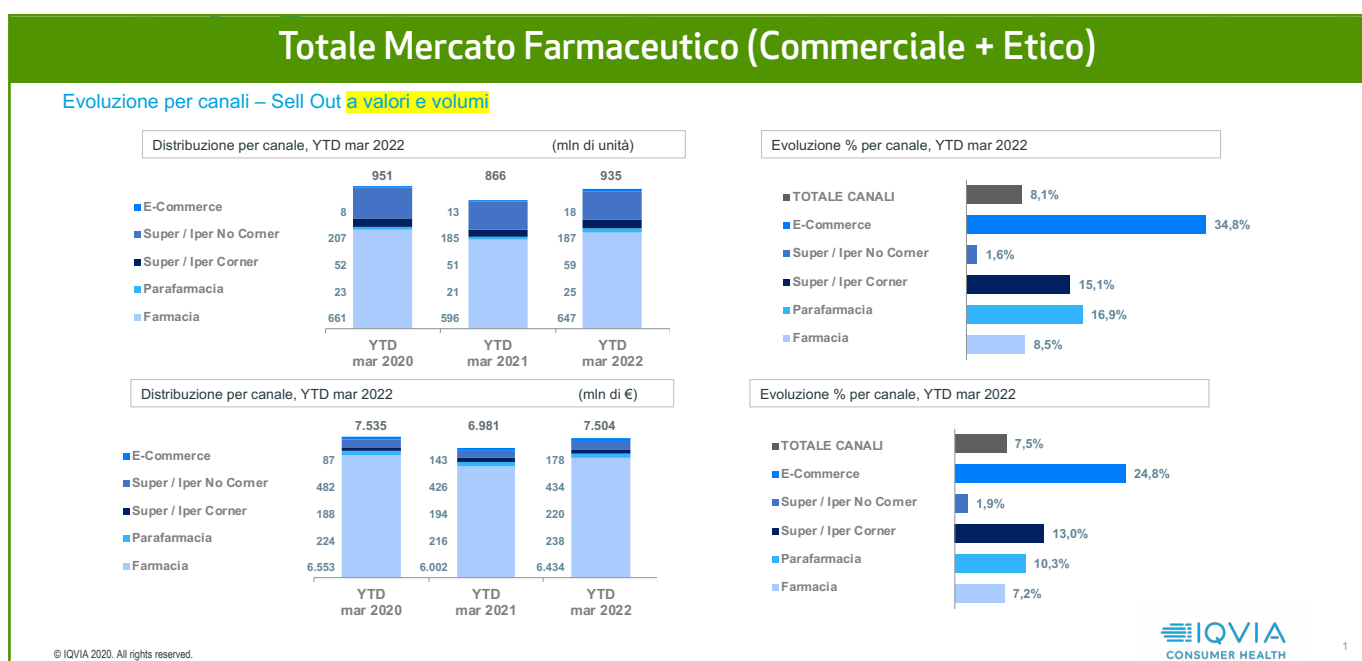


Figura 1

LA FARMACIA

Per quanto riguarda il canale della farmacia, i prodotti da prescrizione (etico) costituiscono il **54,7 per cento delle vendite a valori** ossia **3,5 miliardi di euro nel trimestre, un incremento del 2,6 per cento rispetto allo stesso trimestre del 2021, ma in calo di circa il 6 per cento rispetto allo stesso periodo del 2020**, anche a causa dell'abbassamento medio del prezzo dei farmaci. Il **comparto commerciale, invece, vede un aumento del 13,4 per cento in farmacia a 2,9 miliardi di euro e segna un piccolo aumento anche rispetto allo stesso periodo del 2020 (Figura 2).**

A proposito del comparto commerciale, secondo i dati di IQVIA, i prodotti da banco (Otc) registrano un aumento del 10,8 per cento in farmacia arrivando nel periodo a 1,6 miliardi di euro. Mentre è il comparto del parafarmaco (tamponi, mascherine, igienizzanti mani, siringhe, eccetera) a segnare il maggiore aumento (+44,6 per cento a valori rispetto allo stesso periodo del 2021) a 671 milioni di euro. Il comparto creme, shampoo, cosmetici segna invece un decremento in farmacia (-3,8 per cento) a 438 milioni di euro (Figura 3).

Nel primo trimestre 2022 è aumentato il numero di farmacie fisiche rispetto alla fine del 2021, arrivando a **19.472 punti vendita (+19)**. Se si guarda il trend, nel 2013 le farmacie erano 17.620, e il numero di abitanti per farmacia era di 3450 persone, mentre **ora sono 3045**, contro una media europea di 3246.

Si nota una buona ripresa del fatturato delle farmacie piccole nel primo trimestre (+9,1 per cento), mentre quello delle farmacie medie cresce del 6,5 per cento e le farmacie grandi del 8,1 per cento. Il valore medio dello scontrino si è attestato a 25,6 euro. Gli ingressi medi in farmacia sono diminuiti del 5,25 per cento rispetto all'ultimo trimestre del 2021 durante il quale si riscontravano lunghe file per i tamponi anti-Covid.

L'E-COMMERCE

Continua il **boom della farmacia on line** che, come accennato, ha visto un aumento del 24,8 per cento rispetto allo stesso trimestre 2021 a 178 milioni di euro. Considerando che in Italia è possibile vendere on line soltanto i prodotti commerciali (Otc, cosmetici, parafarmaci, eccetera), **il fatturato dell'e-commerce pesa ormai per circa il 5 per cento di questo mercato.**

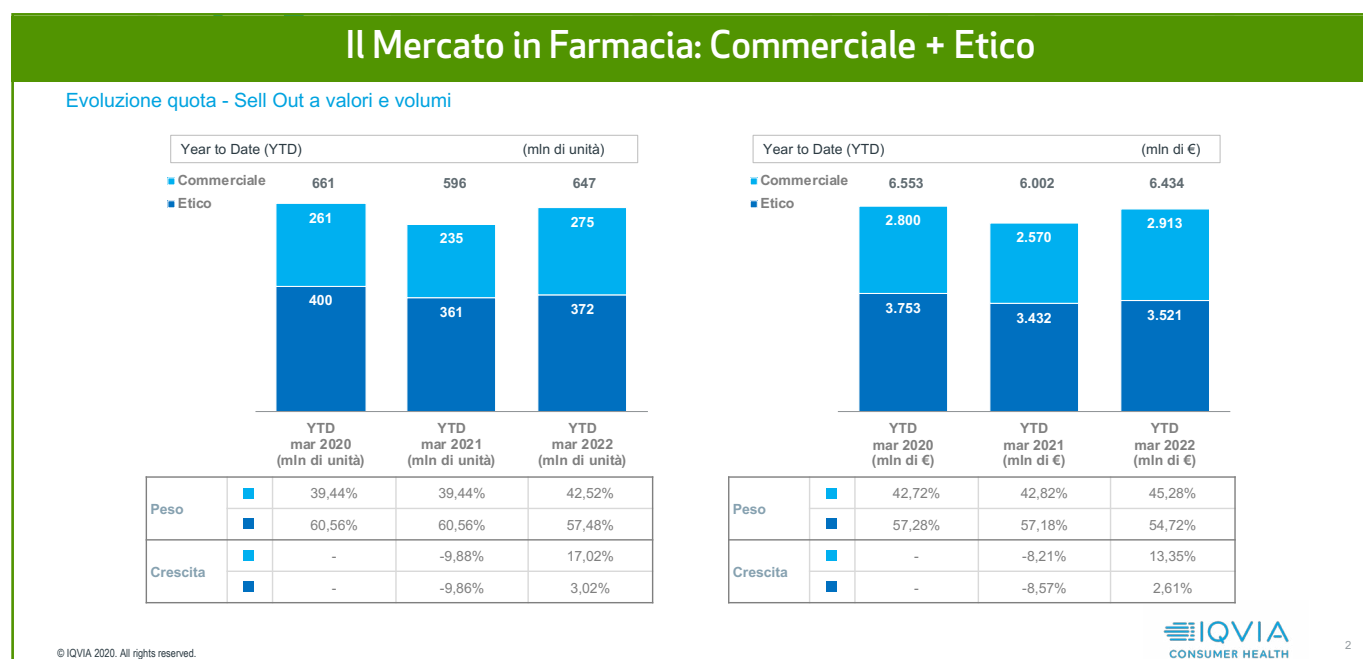


Figura 2

Totale Mercato in farmacia (Commerciale + Etico)

Evoluzione per panieri – Sell Out a valori e volumi



Figura 3

Commenta **Sergio Liberatore**, amministratore delegato di IQVIA: «È sempre più evidente che l'on line non è una minaccia per la farmacia, anzi. L'impatto della trasformazione digitale amplia il mercato, il consumatore è sempre più ibrido, compra in farmacia e compra on line a seconda della sua convenienza. Il consiglio del farmacista esperto è fondamentale in alcuni casi. La riservatezza, oppure il prezzo, lo sono in altri». La vendita on line di prodotti di automedicazione,

che rappresenta il 7,3 per cento di questo mercato, è in aumento del 41,8 per cento e i farmaci senza obbligo di prescrizione, che rappresentano il 2,8 per cento del mercato, aumentano del 37,9 per cento. Anche on line il comparto del parafarmaco vede un aumento del 57 per cento a 13 milioni di euro, mentre i prodotti cosmetici on line, a differenza della farmacia fisica, registrano un incremento del 13,6 per cento, a 51 milioni di euro (Figure 4 e 5). In Italia, gli esercizi autorizzati alla vendita on line di

Il Mercato Farmaceutico (Farmacia + Parafarmacia) on line

Distribuzione delle classi ed evoluzione– Sell Out a valori prezzo al pubblico

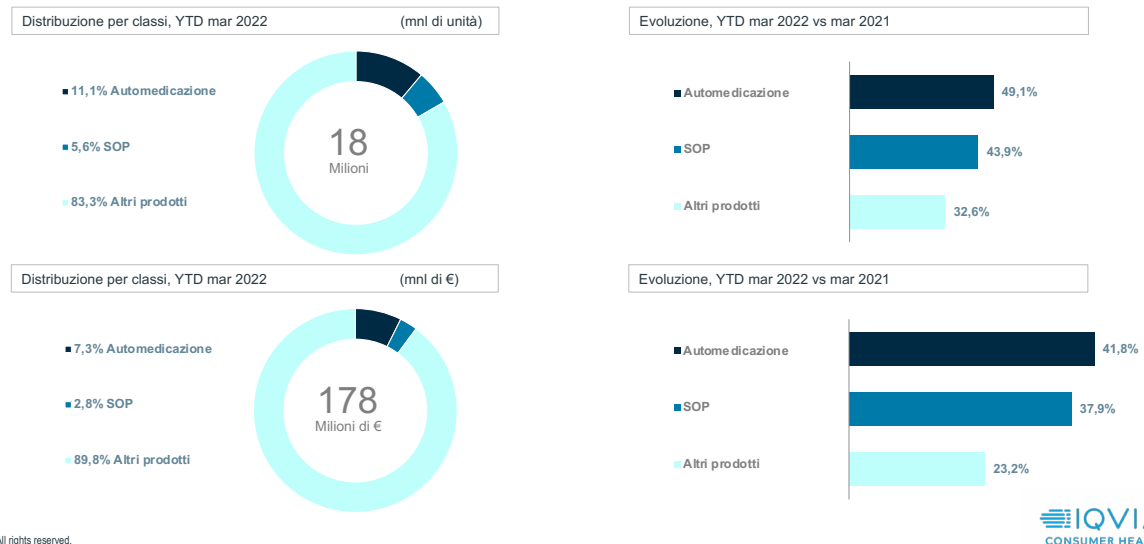


Figura 4

Il Mercato Farmaceutico (Farmacia + Parafarmacia) on line

Evoluzione per panieri – Sell Out a valori prezzo al pubblico

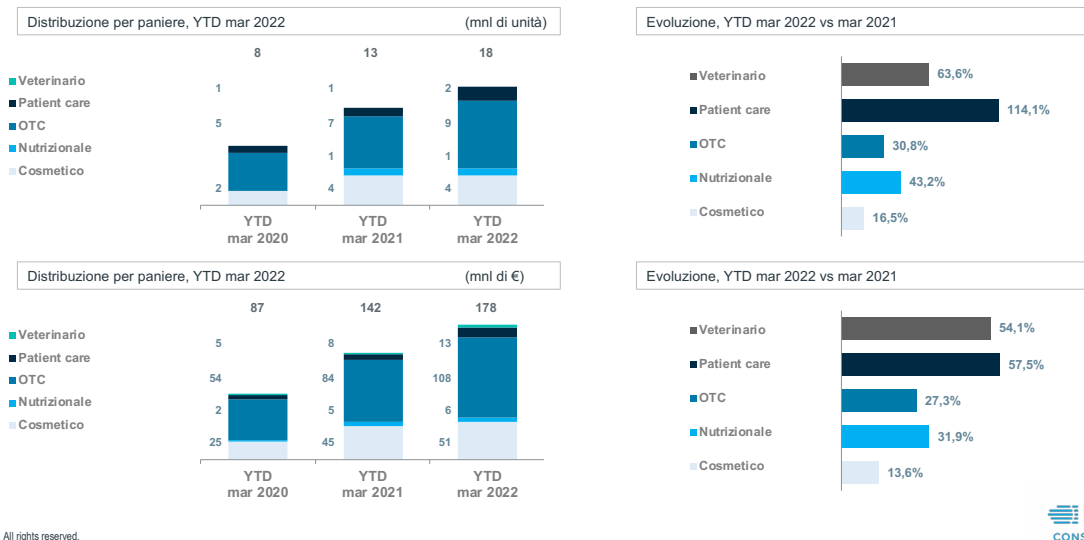


Figura 5

farmaci sono 1370, ma solo una piccola parte di questi è veramente attiva.

LE CATENE E LA FARMACIA DEI SERVIZI

Il fenomeno delle catene di farmacie si sta consolidando in Italia e i punti vendita delle catene fatturano mediamente il 22 per cento in più rispetto alle altre farmacie. C'è una forte tendenza a concentrarsi soprattutto sui servizi. La farmacia dei servizi è un'evoluzione che nasce dalla volontà di ampliare i servizi territoriali, sia per favorire la "deospedalizzazione" della sanità, sia per ampliare il ruolo delle farmacie. Ora, infatti, l'attività di dispensazione dei farmaci e di consiglio ai pazienti sarà affiancata da una serie di servizi correlati alla salute e alla prevenzione.

Negli Stati Uniti, alcune grandi catene stanno riducendo i punti vendita fisici poiché si adattano agli acquirenti che comprano sempre di più *on line*. Una famosa catena di farmacie americana ha affermato che concentrerà maggiormente i suoi sforzi sulla crescita digitale trasformando i suoi negozi in destinazioni sanitarie.

«La farmacia dei servizi, che ha avuto una forte spinta dalla pandemia, rappresenta un'interessante evoluzione nel ruolo del farmacista», continua Sergio Liberatore. «L'attività di dispensazione dei farmaci e di consiglio

esperto ai pazienti ora è affiancata da una serie di servizi correlati alla salute, alla prevenzione e al monitoraggio dell'aderenza terapeutica del paziente cronico. Quasi la metà degli italiani ha utilizzato i servizi nell'ultimo anno. In questo modo la farmacia diventa il primo presidio di assistenza sanitaria sul territorio».

LA DPC

Per il comparto DPC (distribuzione per conto), anche nel primo trimestre 2022 si assiste a una **forte crescita rispetto allo stesso periodo del 2021 (+9,8 per cento a valori)**. Tale crescita è guidata ancora dalle terapie per il diabete, inclusi i *test* per la misurazione della glicemia, dai farmaci per l'insufficienza cardiaca, dai nuovi anticoagulanti orali (Noa) e dalle terapie per la sclerosi multipla. La DPC è un modo di dispensare i farmaci che vengono acquistati direttamente dalle Asl e distribuiti attraverso la filiera distributiva (grossisti e farmacie) sul territorio. **Con questo sistema di distribuzione si permette ai pazienti di ritirare i farmaci vicino a casa, senza doversi recare ogni volta presso strutture ospedaliere.** ●

Nelle pagine seguenti un aggiornamento sulla DPC con i dati dei primi 5 mesi dell'anno