

# IQVIA, i *macro trend* in farmacia



Maurizio Maggini  
Suppl. Relationship  
Senior manager Italy  
CH & Pharmacy Market  
IQVIA

Presentiamo i numeri del mercato farmaceutico relativi allo scorso anno, con un'anticipazione dell'andamento sui primi due mesi del 2024. L'E-commerce cresce a doppia cifra, e mentre tutti i panieri conoscono un aumento a valori il parafarmaco subisce un calo significativo

**G**li eventi ai quali abbiamo assistito negli ultimi due anni hanno avuto un effetto profondo sull'andamento del mercato di tutti i canali di vendita dei prodotti esitati in farmacia in Italia (Figura 1). A un contesto globale caratterizzato dal post-Covid e dalle guerre in Ucraina e Medio Oriente, che ha portato a un protrarsi delle

carenze di principi attivi e di conseguenza di alcuni farmaci specifici, si sono sommati gli effetti a livello locale derivanti dal cambiamento climatico e dai picchi di influenza di inizio e fine 2023, ovvero dall'epidemia da streptococco verificatasi all'inizio del 2023. Un ruolo rilevante nelle dinamiche di vendita è stato assunto dal conseguente aumento dell'inflazione e dall'aumento dei prezzi dei farmaci di classe C a inizio 2023, che ha

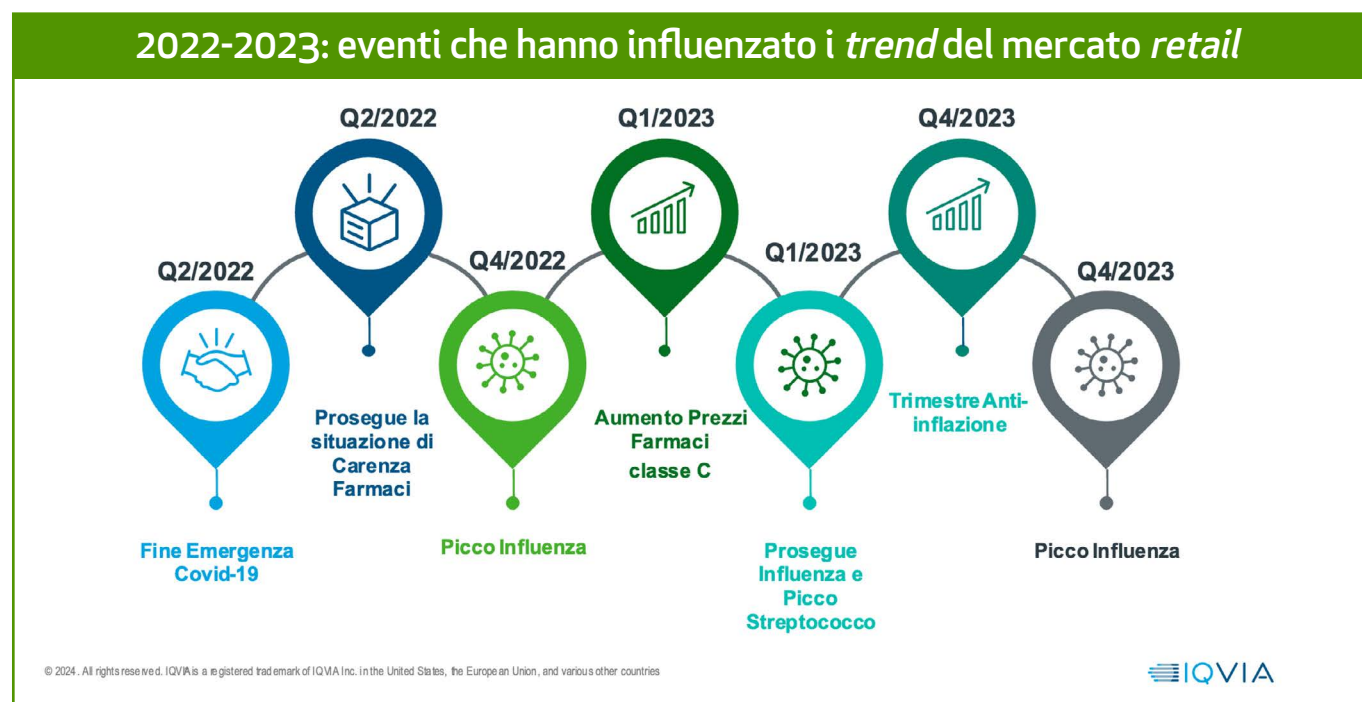


Figura 1

portato il comparto etico a essere trainante in termini di crescita, contrariamente a quanto registrato negli ultimi anni. In questo contesto, secondo IQVIA, nel 2023 si è visto **un aumento del fatturato complessivo del valore del mercato *retail*** (comprensivo dei canali Farmacia, Parafarmacia, E-commerce e Mass Market) dello 0,75 per cento rispetto al 2022, arrivando a 31,1 miliardi di euro. Di questo fatturato il canale farmacia assorbe l'85 per cento con un totale di 26,6 miliardi di euro, 14,6 dei quali sui farmaci etici esitabili solo in farmacia, con un aumento dell'1,4 per cento rispetto al 2022, e 11,5 derivanti dal comparto commerciale, in forza di un decremento di circa l'1 per cento (**Figura 2**).

Il calo del comparto commerciale (prodotti da banco senza obbligo di prescrizione, integratori, parafarmaci, creme e cosmetici) è fortemente condizionato dalla diminuzione di fatturato del 31 per cento nel settore dei prodotti parafarmaceutici (mascherine, test, siringhe, saturimetri, termometri ecc.) legati alla pandemia Covid (**Figura 3**).

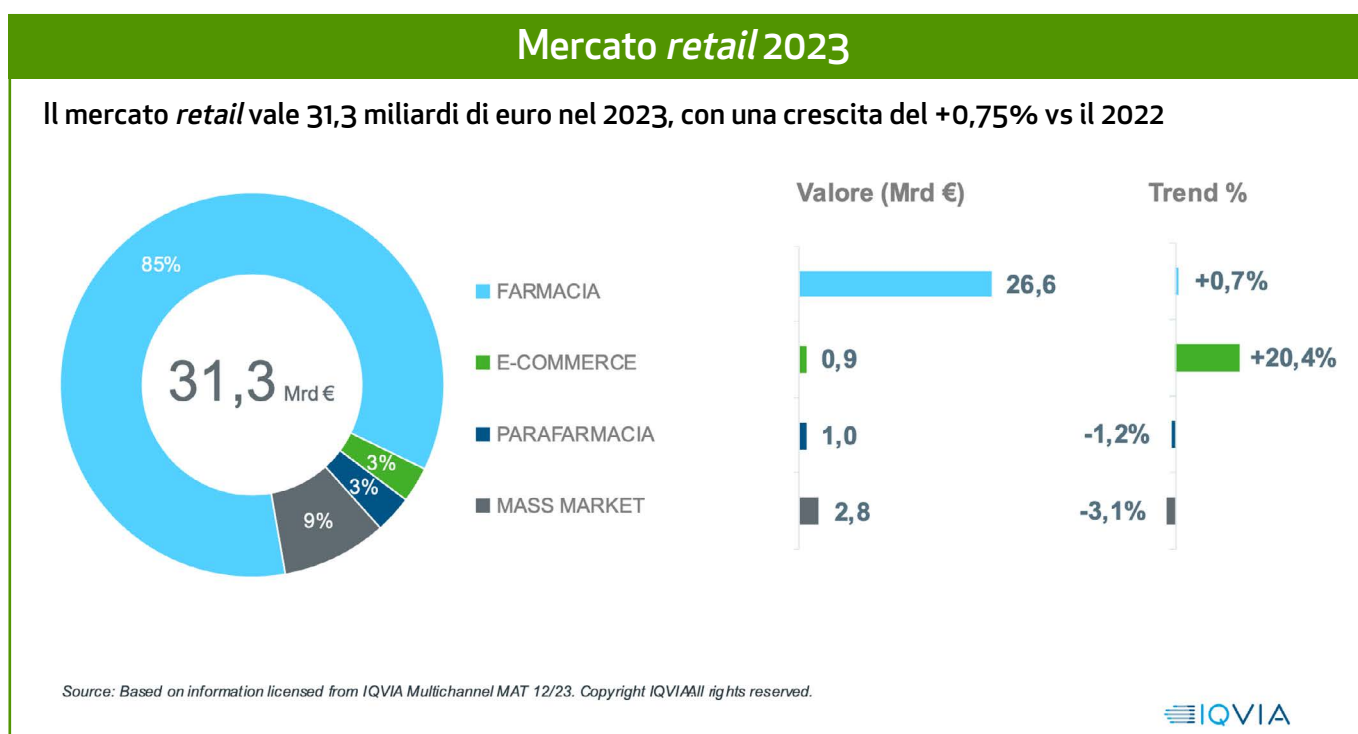
**Continua invece il buon andamento del mercato degli Integratori in Italia (+5 per cento a valori) e**

degli altri panieri, in particolare dell'**Igiene e Bellezza** e dell'**Autocura**, tanto che escludendo i parafarmaci il mercato commerciale registrerebbe un incremento del +5,3 per cento.

**Da notare il riproporsi di tassi importanti di crescita dell'e-commerce** con un ulteriore aumento anche sul 2023 del 20,4 per cento a **938 milioni di euro (Figura 4)**. Tutti i comparti hanno beneficiato di un aumento a doppia cifra, eccezion fatta anche in questo caso per i prodotti parafarmaceutici colpiti, seppur in misura minore rispetto alla farmacia, dalla diminuzione nell'uso di prodotti legati al Covid. Per esempio, il comparto Igiene e Bellezza ha visto un aumento delle vendite *on line* del 23,4 per cento e quello degli Integratori del 23,1 per cento. Anche il fatturato dei prodotti veterinari ha registrato un aumento del 28 per cento nell'*on line* seppure, come nel caso della farmacia, con un'incidenza relativamente bassa sul totale del canale.

### COME È INIZIATO IL 2024?

Per il canale Farmacia i primi due mesi del 2024 registrano un incremento della spesa a valori del 2,9



**Figura 2**

per cento, mentre i volumi rimangono praticamente invariati rispetto a gennaio-febbraio 2023 (+0,01 per cento) (Figura 5).

Continua nel 2024 la decrescita del comparto Parafarmaco per effetto dei presidi Covid non più

acquistati, mentre registrano buone performance i prodotti di Igiene e Bellezza e gli Integratori.

Da segnalare anche il costante aumento dei prodotti Veterinari, che valgono ancora solo un 2 per cento del mercato in farmacia ma segnano continue crescite

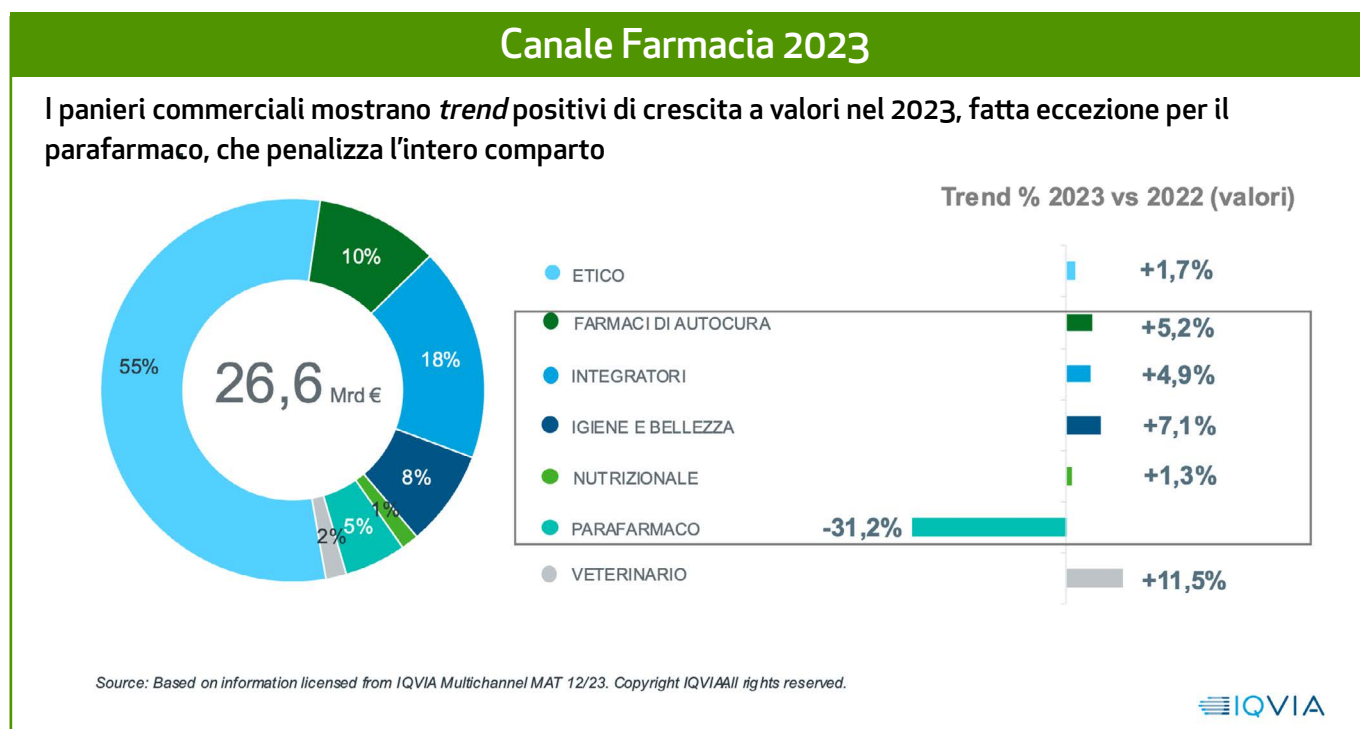


Figura 3

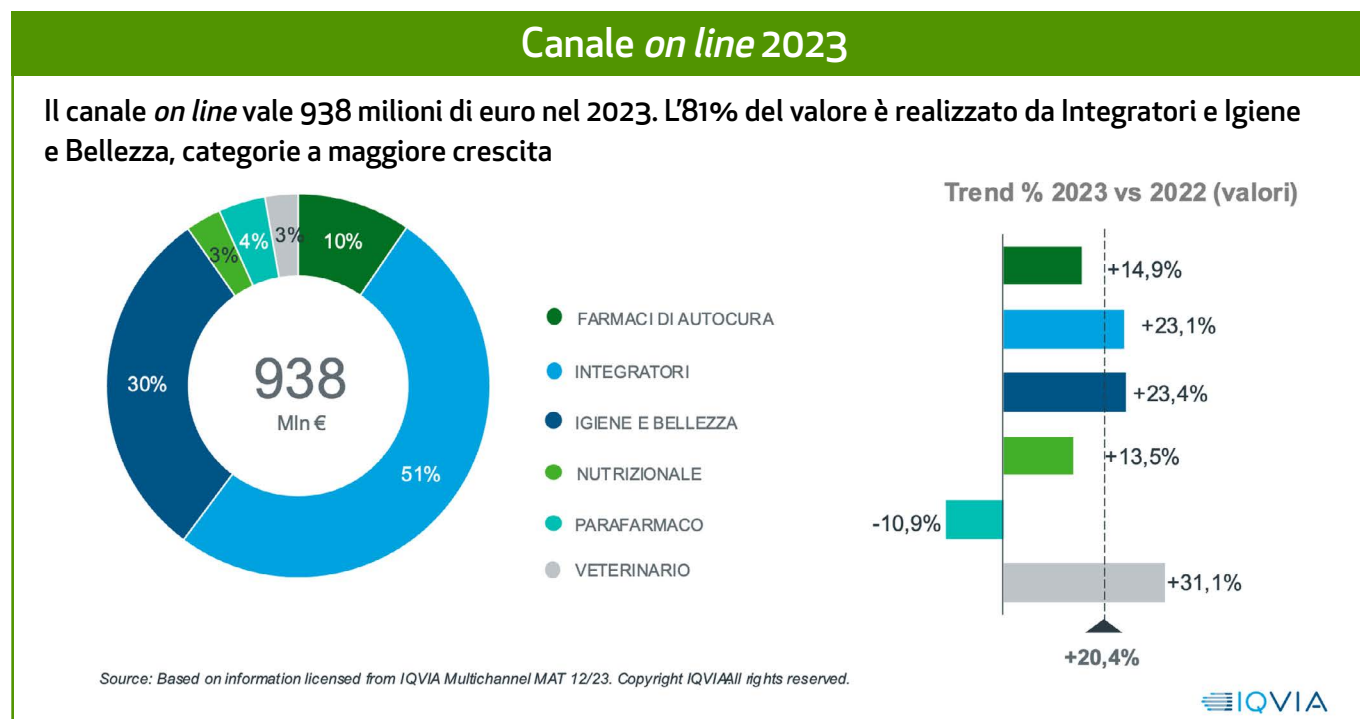


Figura 4

a doppia cifra, sia nel 2023 sia nei primi due mesi del 2024 (+14 per cento circa). Il canale *e-commerce*, invece, continua la sua corsa con **crescite oltre il 20 per cento in tutti i comparti** (con l'eccezione del Parafarmaco) e arriva a valere **184 milioni di euro**

nei primi due mesi dell'anno, con i prodotti di Igiene e Bellezza e Integratori che coprono l'81 per cento del totale canale (**Figura 6**). Anche nell'*on line* i prodotti veterinari segnano una significativa crescita di quasi il 40 per cento. ●

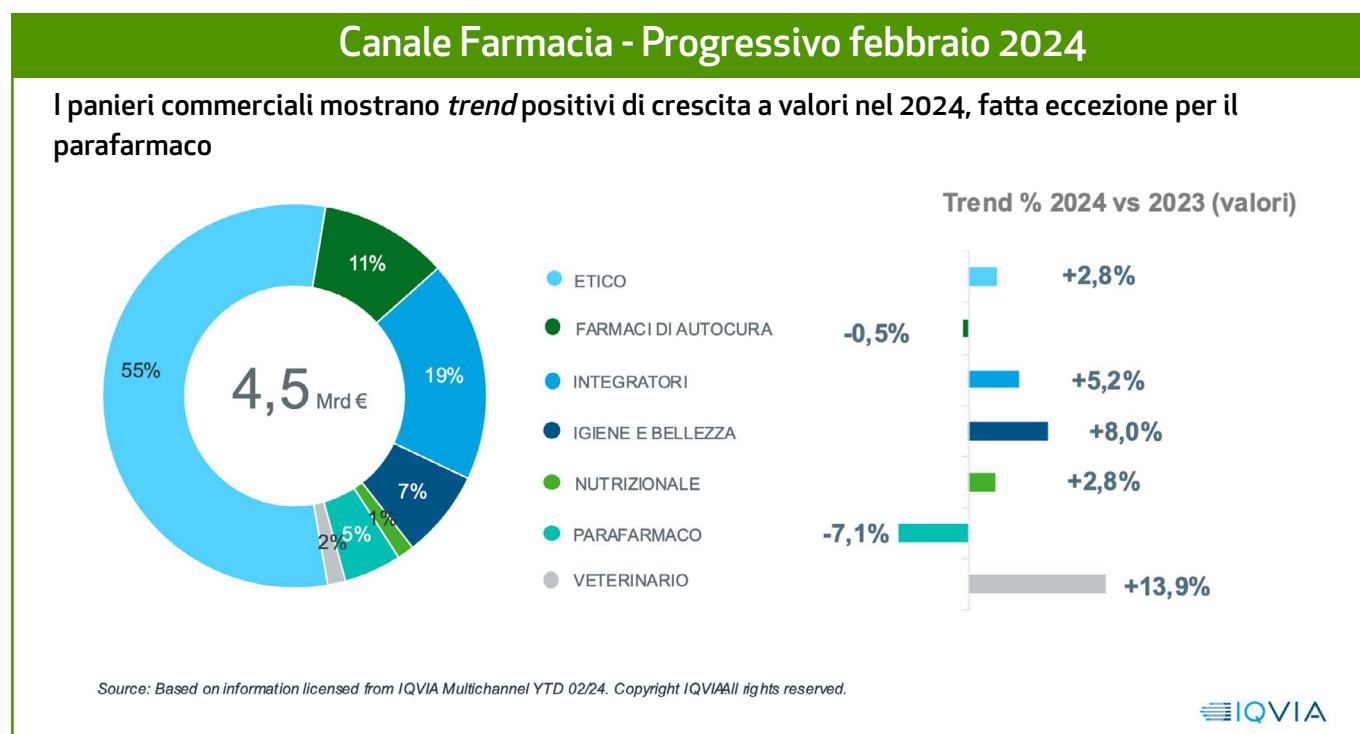


Figura 5

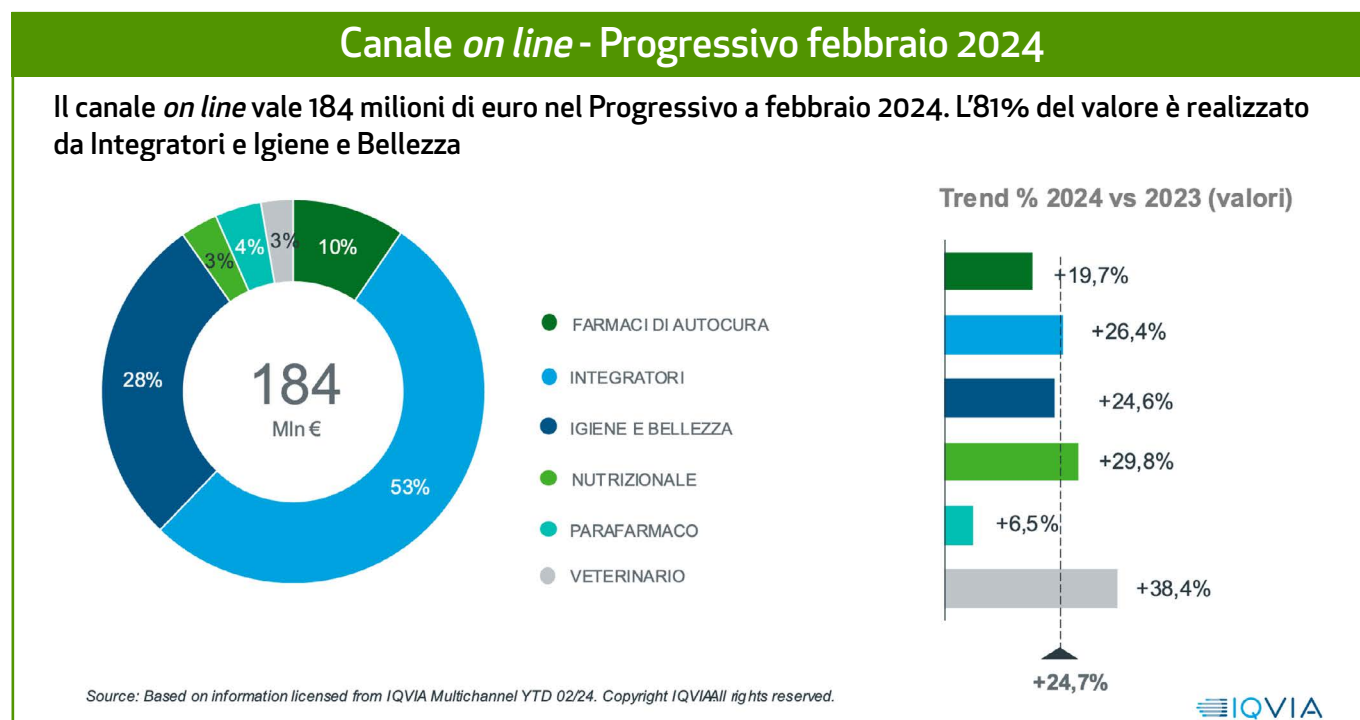


Figura 6