



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

Il mercato *Retail* nel primo semestre 2024

Buone performance per la prima metà dell'anno, con una crescita dell'1,9 per cento corrispondente a 16 miliardi di euro a valore. Il canale Farmacia è il principale driver di crescita con un +2,9 per cento, mentre l'E-commerce vola verso una previsione di fatturato a fine 2024 di oltre il miliardo di euro

Il mercato farmaceutico *retail* chiude a metà 2024 con un complessivo segno positivo e una crescita di quasi 2 per cento rispetto al 2023. Complessivamente il mercato ha sviluppato a oggi circa 16 miliardi di euro (Figura 1), di cui 13,6 veicolati dalle farmacie. È proprio il canale Farmacia che ha trainato la crescita nel primo semestre 2024, segnando un +1,8 per cento complessivo rispetto al I semestre 2023. In particolare, il comparto commerciale in farmacia,

con la sua crescita al +2,9, è risultato il maggior driver di crescita in questa prima metà dell'anno. Discorso a parte per il canale *E-commerce*, che prosegue la sua crescita **oltre il 20 per cento rispetto al 2023**, arrivando a un fatturato di 600 milioni di euro nel primo semestre, con una proiezione a fine anno che supererà il miliardo di euro, sopravanzando quindi in termini di fatturato la Parafarmacia. Proseguendo l'analisi dei vari canali di vendita considerando anche il trend a volumi e dei prezzi,

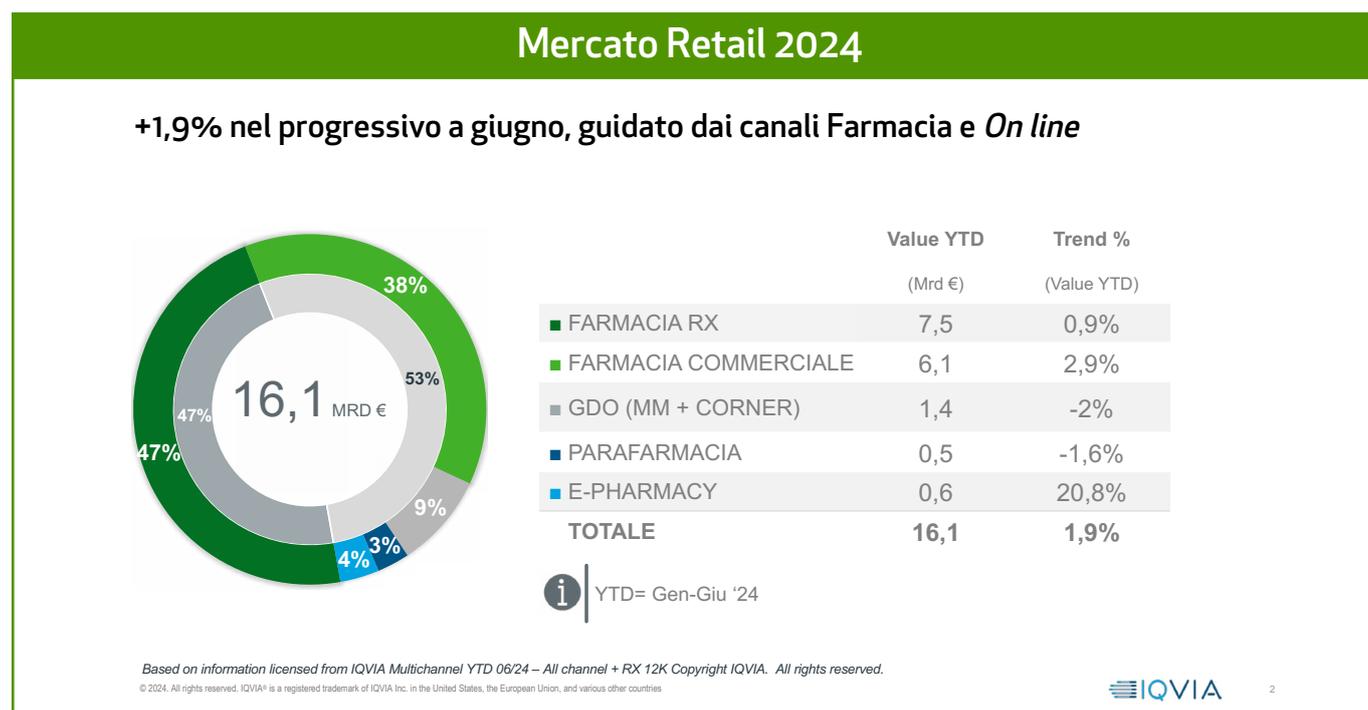


Figura 1

notiamo come **gli unici canali che crescono come numero di confezioni vendute sono il canale Farmacia nella sua componente di prodotti etici (+0,5 per cento a volumi verso il primo semestre 2023), e il solito canale Online (+17,2 per cento) (Figura 2)**. La componente commerciale dei prodotti venduti in farmacia cresce in fatturato grazie all'aumento dei prezzi (+5,1 per cento verso 2023) mentre i volumi

calano. La stessa parafarmacia contiene il sensibile calo dei volumi (-6,5 per cento) grazie all'aumento prezzi.

I TREND DEL PRIMO SEMESTRE 2024 NEL CANALE FARMACIA

Se analizziamo più nel dettaglio il canale si nota come la crescita complessiva del fatturato dell'1,8 per cento

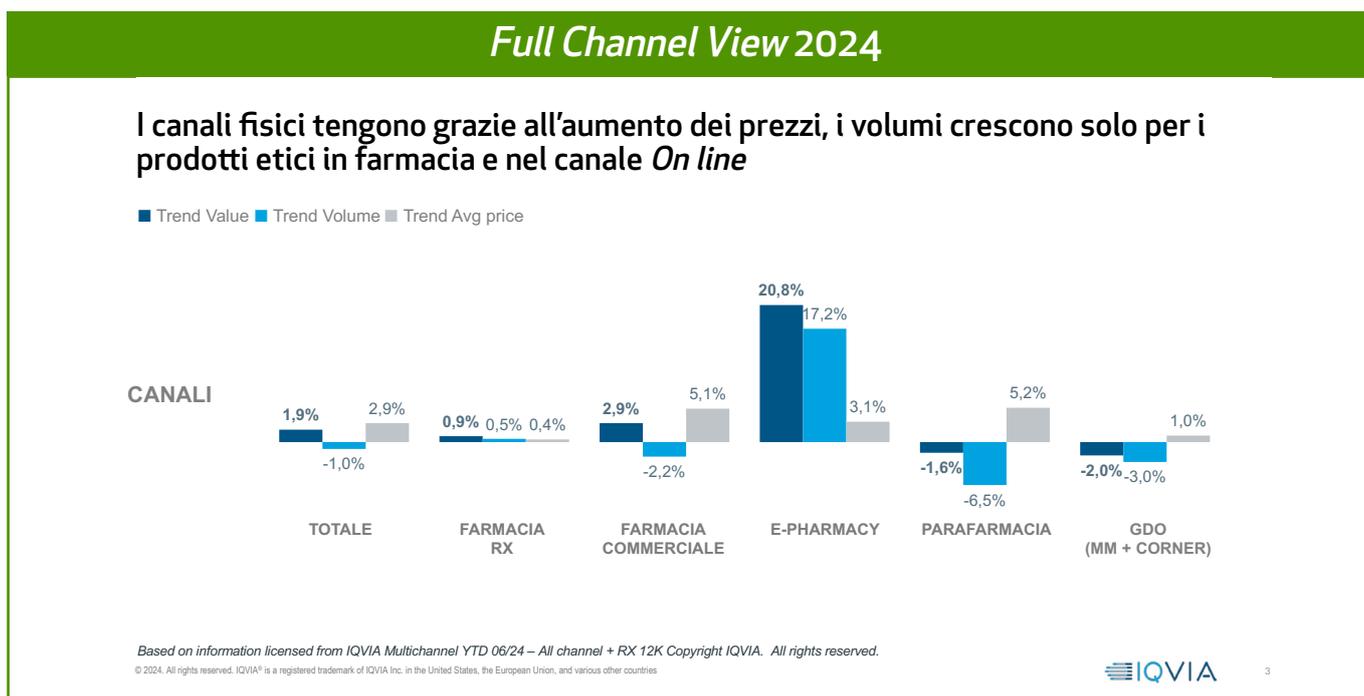


Figura 2

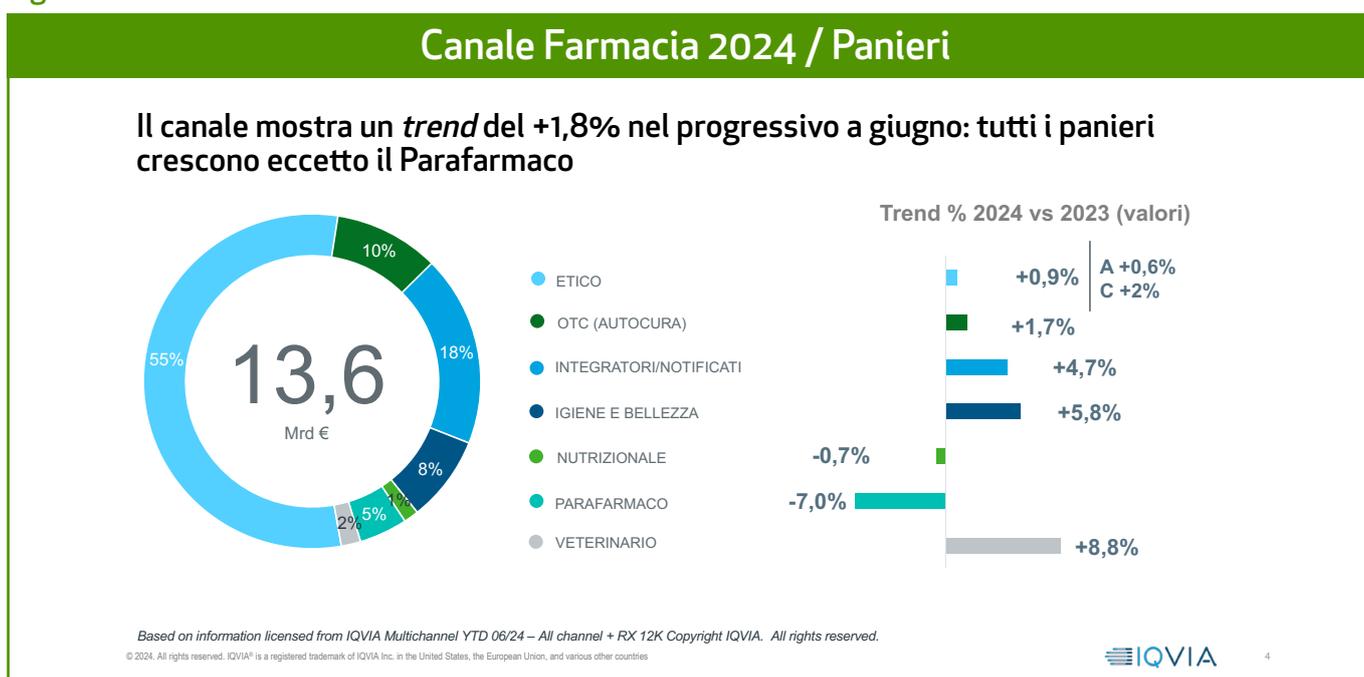


Figura 3

nel primo semestre 2024 sia trainata principalmente dagli Integratori/Notificati (+4,7 per cento), dal comparto Igiene e Bellezza (+5,8 per cento) e dai farmaci Etici di classe C (+2 per cento) (**Figura 3**). All'interno del paniere degli Integratori/Notificati le principali classi a maggior crescita sono state gli Integratori Minerali (+16 per cento), i Calmanti e Sonniferi (+10 per cento) e i prodotti per il tratto digerente e stomaco (+10 per cento). Per quanto riguarda l'Igiene e Bellezza tra le top classi si sono distinte per crescita i Prodotti Solari (+7,8 per cento), i Prodotti Femminili per viso (+10 per cento) e i Prodotti Antiseborroici (+14 per cento). Per quanto riguarda le classi terapeutiche della Classe C Etico le performance migliori sono state invece ottenute dai farmaci Oftalmici (+4,3 per cento), dagli Ormoni Sessuali (+3,7 per cento) e dalle Preparazioni Nasali (+6 per cento).

L'unico paniere che registra ancora una performance negativa è il Parafarmaco, che perde 7 punti percentuali nel primo semestre 2024 rispetto al primo semestre del 2023 principalmente per i prodotti

ancora legati al Coronavirus (test e mascherine) e per la classe dei Test per glucosio, prima categoria del comparto, che segna quasi un -30 per cento rispetto ai primi sei mesi del 2023.

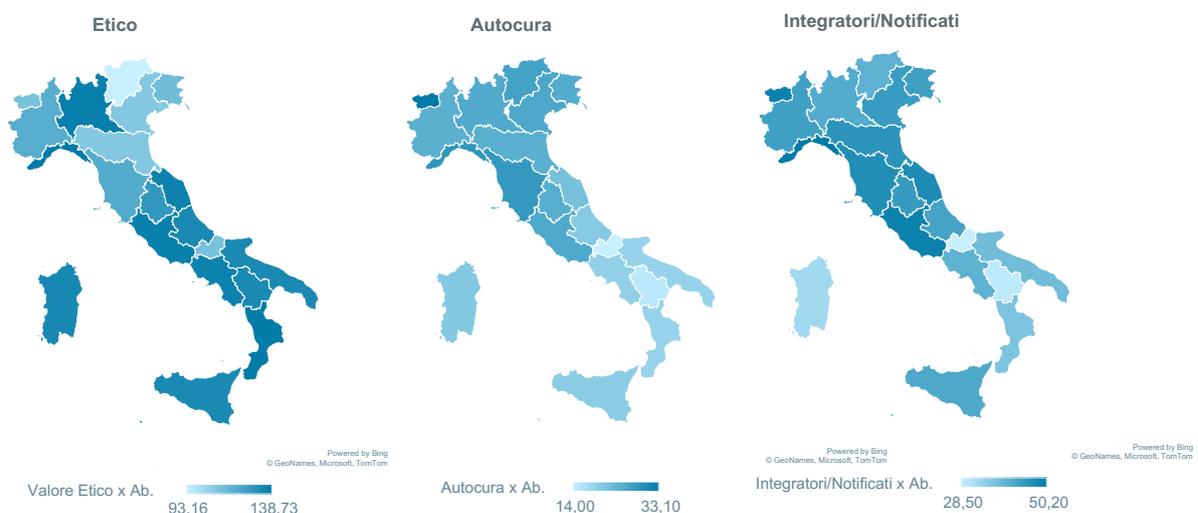
Da sottolineare infine la *performance* del paniere dei Prodotti e farmaci veterinari, ancora di nicchia in farmacia, pesano infatti il 2 per cento in quota di mercato, ma con crescita stabili e costanti intorno al 9 per cento.

Proseguendo l'analisi dei panieri a livello territoriale (**Figura 4**), osserviamo **diversità di comportamenti di acquisto nelle varie Regioni a seconda della tipologia di prodotto**.

I farmaci Etici hanno un valore per abitante più alto nelle Regioni meridionali ma anche in Lombardia e Liguria, mentre le Regioni centrali e del nord-est mostrano un traino del farmaco su ricetta più basso. Di contro, **se andiamo ad analizzare i panieri di Autocura e soprattutto gli Integratori/Notificati, notiamo subito un'inversione di tendenza rispetto all'Etico**, con un utilizzo e un fatturato medio per abitante più marcato nelle Regioni settentrionali e

Canale Farmacia 2024 / Panieri per Regione

Assorbimento regionale per abitanti



Based on information licensed from IQVIA Multichannel YTD 06/24 – All channel + RX 12K Copyright IQVIA. All rights reserved.
Population 1.1.2024 from <https://demo.istat.it/>
© 2024. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries

Figura 4

centrali, con Sud e Isole a quasi la metà del valore. Una relazione quindi più stretta col farmaco su ricetta al Sud, dove invece probabilmente fattori economico-sociali, ma anche culturali, non spingono allo stesso modo la componente di prodotti più commerciali in farmacia.

IL FOCUS SULL'E-COMMERCE

Veniamo ora ad analizzare più in dettaglio la performance del canale *on line*, che – come anticipato – **segna costante crescita intorno al 20 per cento nel primo semestre** rispetto all'analogo periodo del 2023 (Figura 5). In termini di macrocategorie, così come per la farmacia fisica anche l'*e-commerce* mostra le performance migliori per i comparti Integratori (+21,2 per cento) e Igiene e Bellezza (+23,9 per cento). Da segnalare inoltre il trend dei Prodotti veterinari con una crescita di oltre il 30 per cento.

Anche per l'*e-commerce* la categoria con performance minori rimane il Parafarmaco, comunque in crescita rispetto al 2023.

Scendendo più nel dettaglio delle categorie,

osserviamo come tra le prime 20 in termini di fatturato quelle con le performance migliori sono state gli Antiacidi (+39 per cento), i Prodotti Oftalmici (+36 per cento), i Prodotti Femminili per il Viso (+35 per cento), gli Integratori Minerali (+30 per cento) e i Lassativi (+30 per cento).

In conclusione, possiamo riassumere i primi sei mesi del 2024 con una sostanziale tenuta del canale Farmacia, soprattutto nella sua componente commerciale, grazie all'aumento medio dei prezzi e una costante crescita del canale *E-commerce*, spinto da una crescente propensione culturale all'acquisto *on line* da parte del consumatore e dal differenziale di prezzo rispetto al canale fisico che si aggira su un valore medio del 20 per cento.

Per la fine dell'anno 2024, IQVIA prevede una crescita complessiva del 2,4 per cento in fatturato per la Farmacia, che porterà il canale a oltre 27 miliardi di euro, e una crescita dell'*E-commerce* intorno al 17 per cento, che porterà l'*on line* a superare il miliardo di euro a totale anno. ●

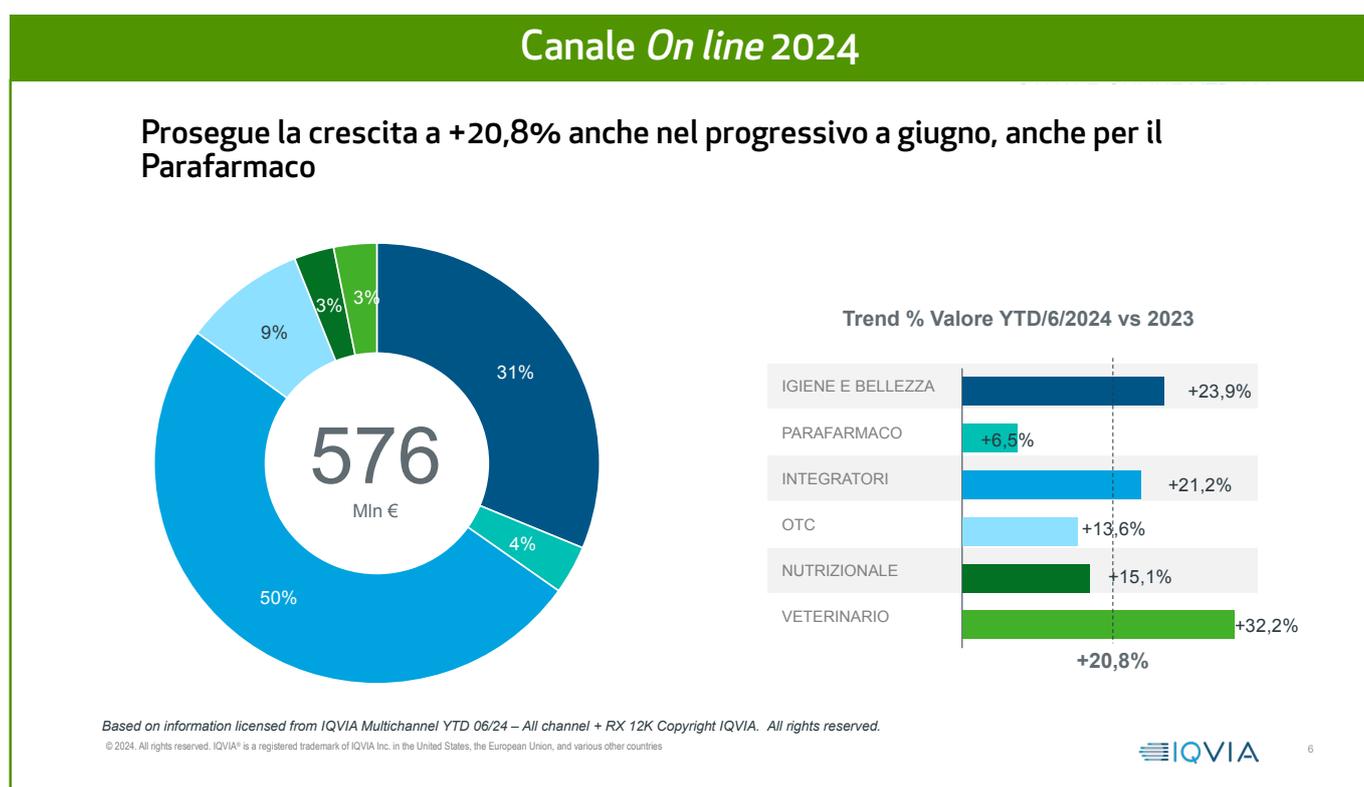


Figura 5