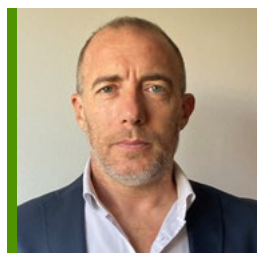


IQVIA: chiusura anno in positivo e *trend* del settore



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

Il 2024 ha visto una tenuta del canale Farmacia, soprattutto nella sua componente commerciale, grazie all'aumento medio dei prezzi, e una costante crescita dell'online, che sfonda il muro del miliardo di euro

Il mercato farmaceutico Retail chiude l'anno 2024 con **un segno positivo e una crescita del 2,7 per cento rispetto al 2023**. Complessivamente il mercato ha sviluppato lo scorso anno 32,3 miliardi di euro, di cui 27,3 veicolati dalle farmacie fisiche. Ed è proprio il canale Farmacia che ha trainato la crescita, in particolare con il comparto commerciale, che con un +3 per cento è risultato il maggior driver di crescita nell'anno.

Discorso a parte per il canale e-commerce, che chiude l'anno con un +16,3 per cento rispetto al 2023, arrivando a un fatturato che sfonda il muro del miliardo di euro (1,1 Mld), sopravanzando quindi in termini di fatturato la Parafarmacia (Figura 1).

Proseguendo l'analisi dei vari canali di vendita, considerando anche il trend a volumi e dei prezzi, notiamo come gli unici canali che sono cresciuti nel 2024 come numero di confezioni vendute sono il

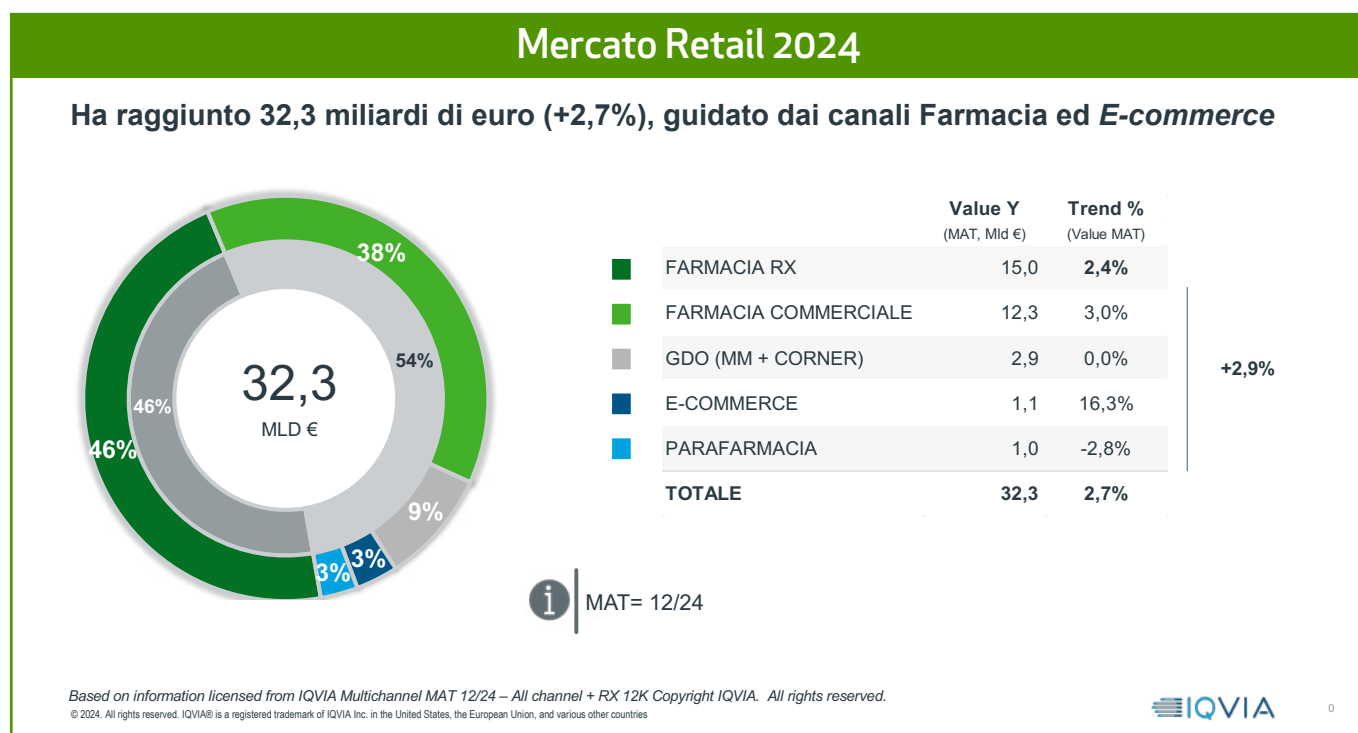


Figura 1

canale Farmacia nella sua componente di prodotti etici (+0,9 per cento a volumi versus 2023) e il solito canale *Online* (+12,7 per cento). **La componente commerciale dei prodotti venduti in farmacia cresce**

in fatturato grazie all'aumento dei prezzi (+5,1 per cento versus 2023) mentre i volumi calano. La stessa Parafarmacia contiene il sensibile calo dei volumi (-6,5 per cento) grazie all'aumento prezzi (*Figura 2*).

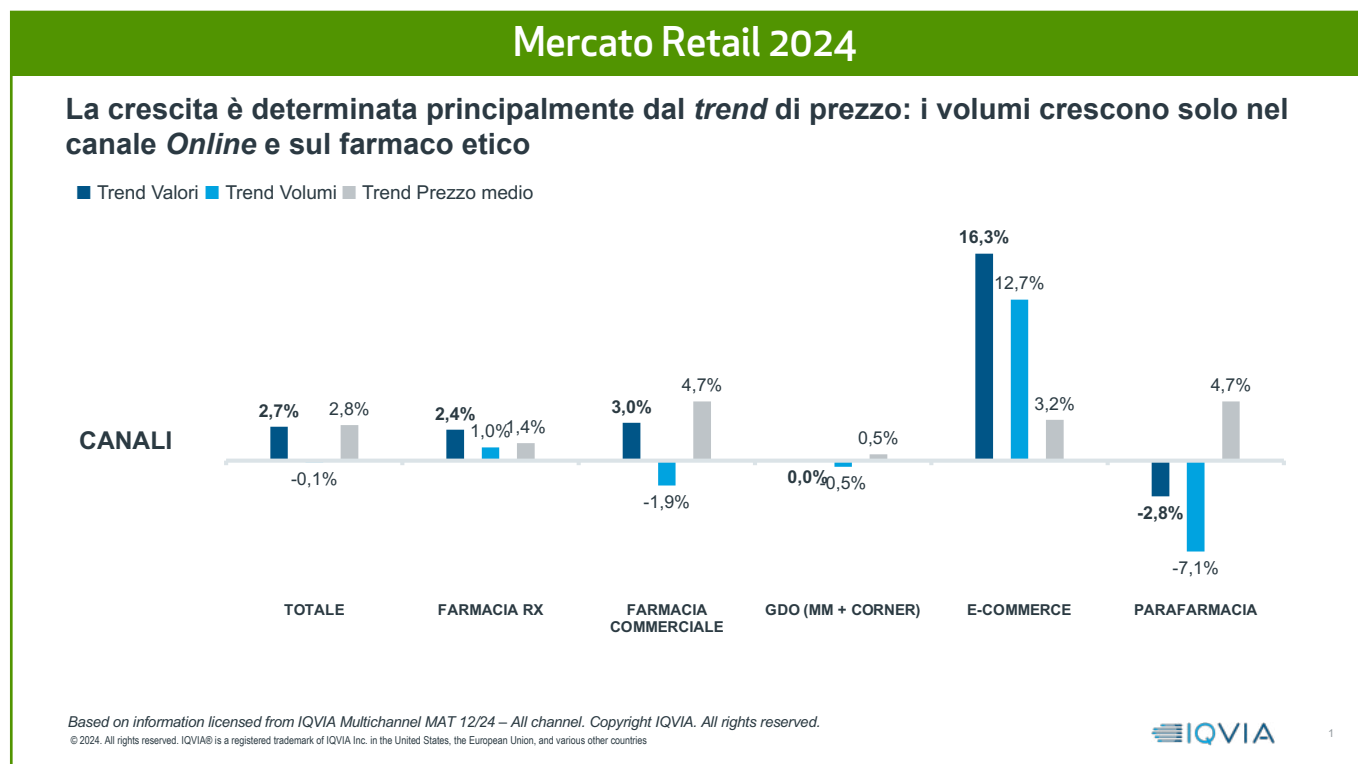


Figura 2

IL CANALE FARMACIA

Analizzando più nel dettaglio il canale Farmacia, si nota come la crescita complessiva del 2,7 per cento del fatturato nel 2024 sia **trainata principalmente dagli Integratori/Notificati (+5,1 per cento), dal comparto Igiene e Bellezza (+5,5 per cento) e dai farmaci Etici (+2,4 per cento)**, in particolare dai farmaci prescrivibili di Classe C non rimborsati dal Servizio sanitario nazionale (+3,2 per cento). Da sottolineare, inoltre, **l'ottima performance del comparto Veterinario**, che cresce del 7,5 per cento rispetto al 2023, arrivando a rappresentare il 2 per cento del totale mercato in farmacia (*Figura 3*).

All'interno del paniere degli **Integratori/Notificati**, le principali classi a maggior crescita sono state gli Integratori minerali (+8 per cento), i Calmanti

e Sonniferi (+11 per cento) e i prodotti per il tratto digerente e stomaco (+15 per cento). **In questo paniere i Probiotici rimangono la classe a maggior valore (580 milioni di euro nel 2024)**, con una crescita del 5 per cento *versus* 2023.

Per quanto riguarda **Igiene e Bellezza**, tra le top classi si sono distinte per crescita i Prodotti solari (+8,9 per cento), i Prodotti femminili per viso (+7 per cento) e i Prodotti antiseborroici (+11 per cento). Per quanto riguarda le classi terapeutiche dei **Farmaci etici**, i prodotti relativi all'Apparato digerente segnano la crescita più elevata (5,7 per cento) mentre sono in contrazione i Farmaci della classe J, relativa agli Antibiotici/Antinfettivi (-1,5 per cento).

L'unico paniere che registra ancora una performance negativa è il Parafarmaco, che perde 7 punti percentuali nel 2024 rispetto al 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 all'anno precedente.

FOCUS SULL'E-COMMERCE

Veniamo ora ad analizzare più in dettaglio la performance del canale Online, che come anticipato segna una crescita costante, chiudendo con un

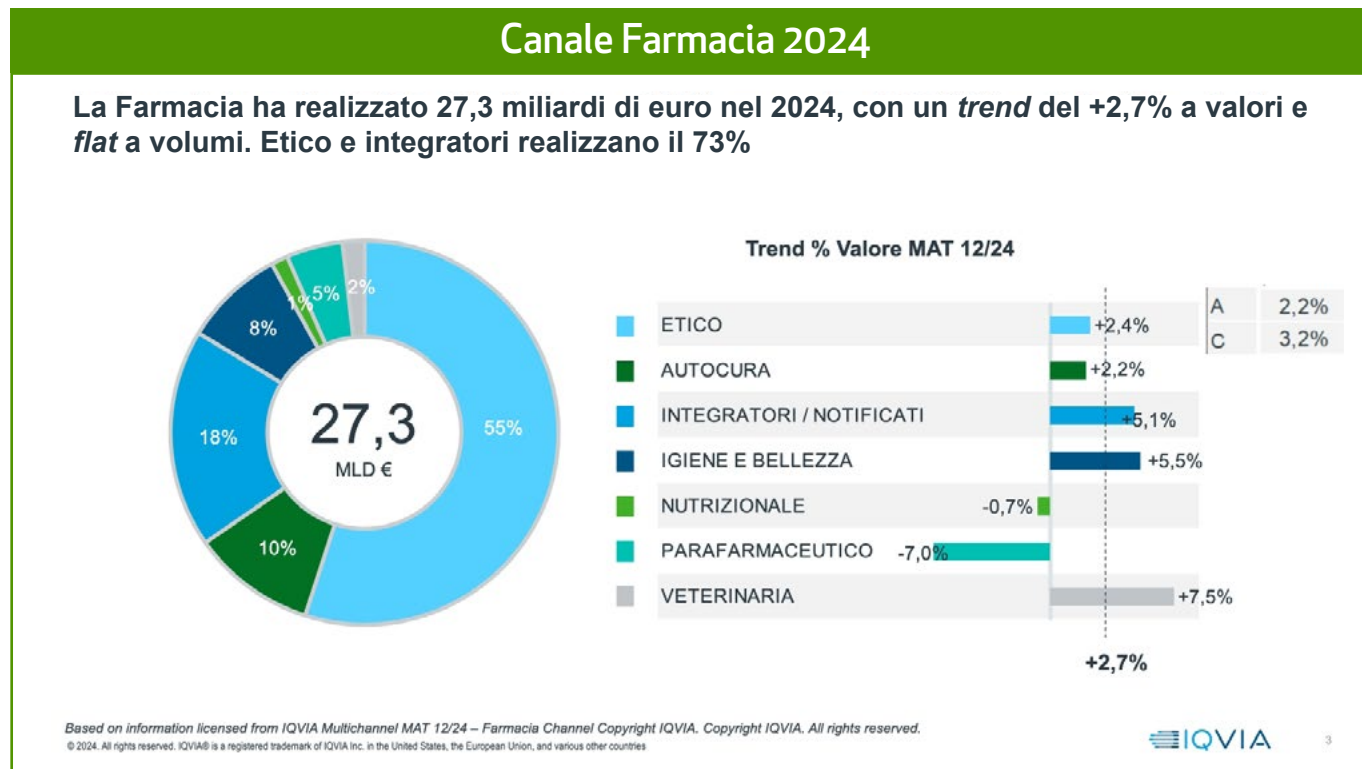


Figura 3

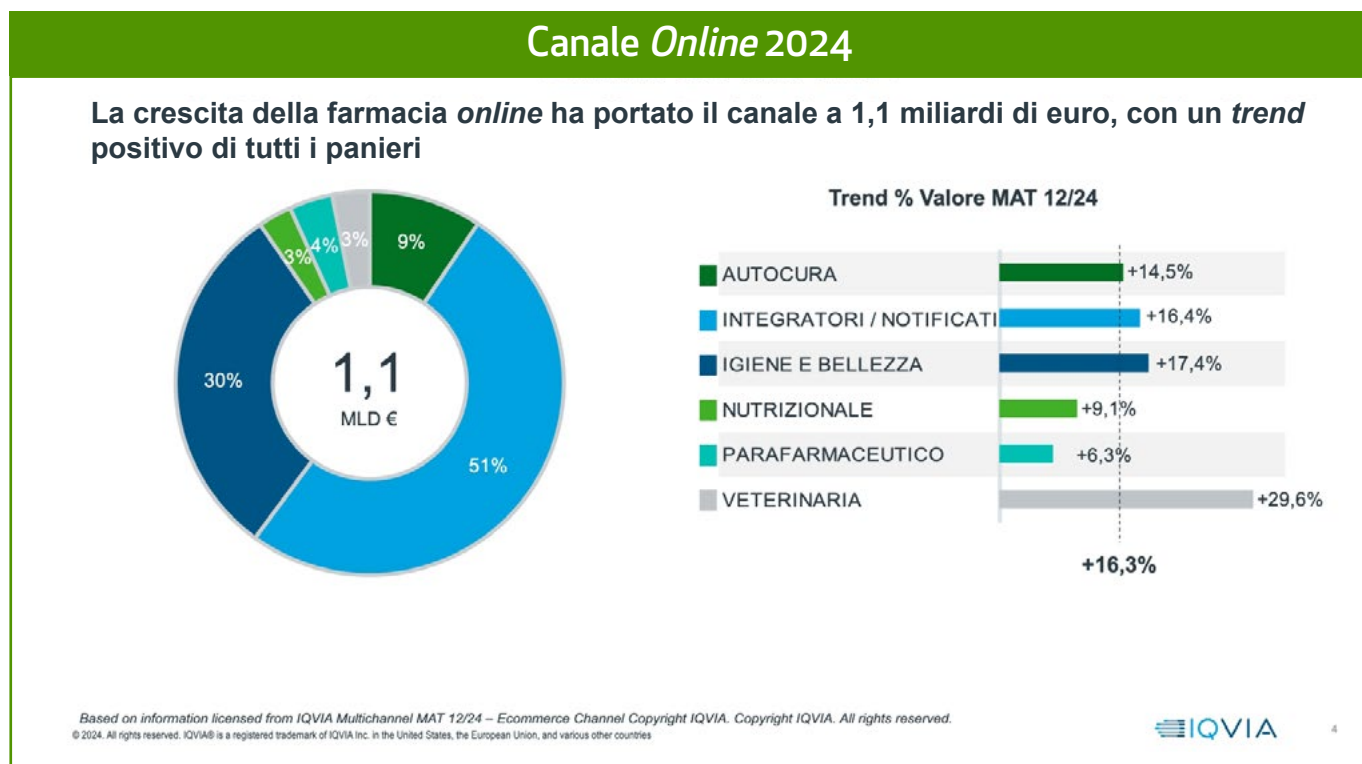


Figura 4

importante +16 per cento rispetto alle vendite del 2023.

In termini di macrocategorie, così come per la farmacia fisica, anche l'*e-commerce* mostra le performance migliori per i comparti Integratori (+16,4 per cento) e Igiene e Bellezza (+17,4 per cento). Da segnalare inoltre il *trend* dei prodotti Veterinari con una crescita intorno al 30 per cento. Anche per l'*e-commerce* la categoria con performance minori rimane il Parafarmaco, comunque in crescita rispetto al 2023 (Figura 4).

LA DISTRIBUZIONE DIRETTA IN FARMACIA DELLE AZIENDE PRODUTTRICI

Le vendite dirette in farmacia da parte delle aziende farmaceutiche nel 2024 hanno registrato un valore di 7,5 miliardi di euro, per un totale a volumi di circa 730 milioni di confezioni. Il valore complessivo è cresciuto del 2,5 per cento *versus* 2023.

Il peso delle vendite dirette a volumi sul totale delle vendite in farmacia è del **28,5 per cento**, con una sensibile differenza tra Etici (17,3 per cento) e prodotti del comparto Commerciale (45,5 per cento).

Le dirette dei prodotti Generici raggiungono il 35,7 per cento a volumi mentre sono i **prodotti Brand Etici a risultare ancora ad appannaggio prevalente della Distribuzione intermedia**, con le vendite dirette al 10,4 per cento in calo rispetto al 2023.

In conclusione, possiamo riassumere la *performance* dell'anno 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 *Online*, spinto da una crescente propensione culturale all'*e-commerce* da parte del consumatore e dal differenziale di prezzo rispetto al canale fisico che si aggira su un valore medio del 20 per cento. ●

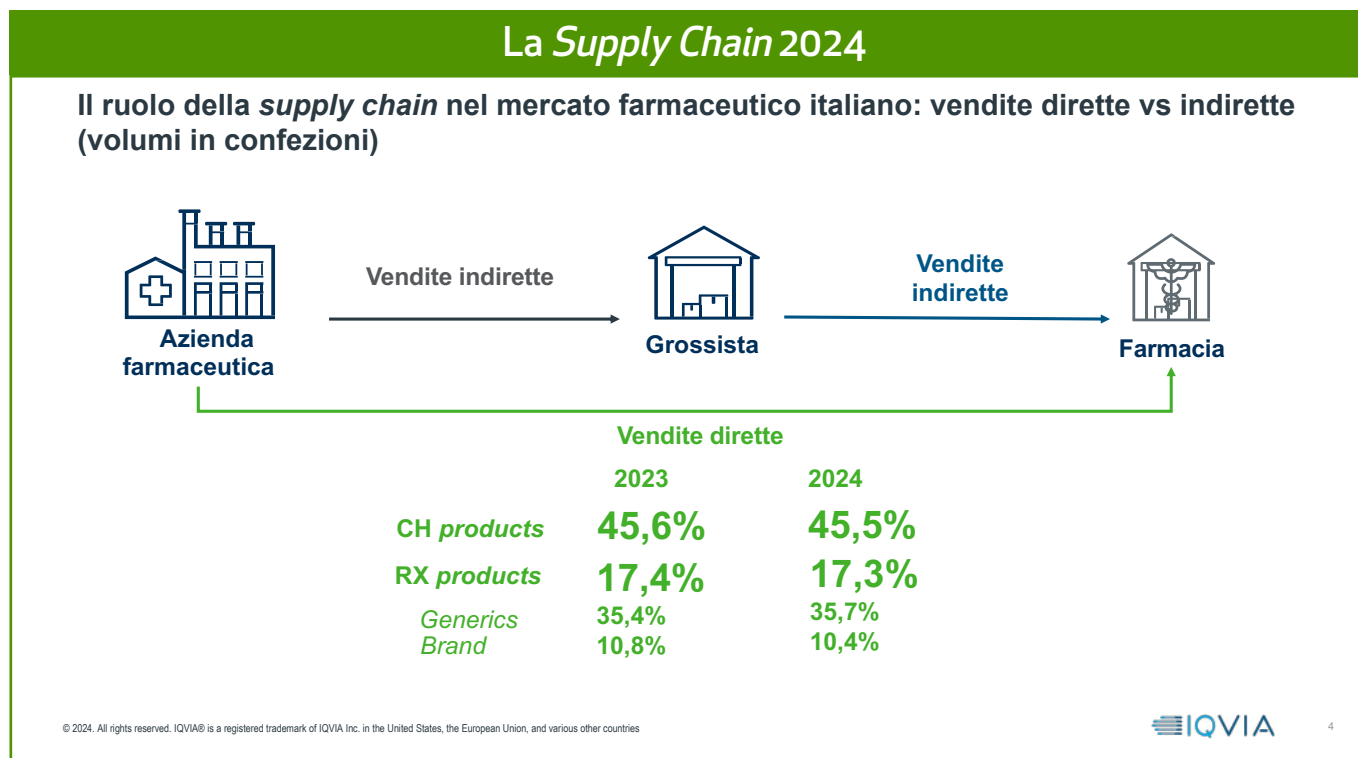


Figura 5