

Luglio 2025



ADF
ASSOCIAZIONE
DISTRIBUTORI
FARMACEUTICI

Il Quaderno

della distribuzione farmaceutica



5_ FILIERA

Petrosillo: «La farmacia rurale è sempre presente»

9_ 150 ANNI DI RICCOBONO SPA

La Distribuzione intermedia, pilastro invisibile della sanità italiana

14_ CONVEGNI E ATTUALITÀ

Dialogo, partecipazione e sinergie per il futuro del settore

17_ SCENARI DI MERCATO

IQVIA, in crescita il canale Farmacia e l'E-commerce, sotto pressione la Distribuzione intermedia

EDITORIALE

Sanità e territorio, i vantaggi di una visione comune per il Paese

CONSIGLIO DIRETTIVO



**Walter
Farris**

Presidente



**Ornella
Barra**

*Past President
Vice Presidente*



**Alessandro
Albertini**

Vice Presidente



**Leonardo
Panico**

Vice Presidente



**Luca
Sabelli**

Vice Presidente



**Mario
Barbieri**

Comitato Presidenza



**Renato
De Falco**

Comitato Presidenza



**Raffaele
Testa**

Comitato Presidenza



**Antonino
Rivara**

*Tesoriere
Comitato Presidenza*



**Paolo
Cainelli**

Consigliere



**Crescenzo
Cinquegrana**

Consigliere



**Claudia
Ciuffani**

Consigliere



**Lorenzo
Clerici**

Consigliere



**Domenico
Laporta**

Consigliere



**Fabrizio
Maroni**

Consigliere



**Vincenzo
Masci**

Consigliere



**Ettore
Morra**

Consigliere



**Andrea
Riccobono**

Consigliere



**Alberto
Zaggia**

Consigliere

COLLEGIO DEI REVISORI DEI CONTI



**Gianluca
Corcione**

Revisore dei conti effettivo



**Nicolò
Dallaglio**

Revisore dei conti effettivo



**Giuseppe
Re**

Revisore dei conti effettivo



**Carlo
Bergamini**

Revisore dei conti supplente

Sanità e territorio, i vantaggi di una visione comune per il Paese

L'alleanza tra istituzioni, associazioni, professionisti e aziende pubblico-private produce risultati importanti. Se questo principio è sempre valido, quando si tratta di Sanità lo è ancor di più. Il dialogo e la collaborazione tra Istituzioni governative centrali, Regioni e professionisti della sanità offrono benefici tangibili e immediati per il sistema e i cittadini. **Una visione comune e sinergica tra tutti gli attori coinvolti può concretamente ottimizzare la distribuzione dei farmaci, migliorare l'accesso alle cure e rafforzare la prevenzione.**

IL BINOMIO STRATEGICO FARMACIA-DISTRIBUZIONE INTERMEDIA

Con il supporto fondamentale della Distribuzione intermedia, le farmacie italiane, essendo capillarmente diffuse e presenti su tutto il territorio, rappresentano un punto di contatto fondamentale per **raggiungere rapidamente la popolazione e assicurare servizi farmaceutici e sanitari**, alleggerendo il carico su ospedali e ambulatori. In questo numero del *Quaderno*, ce ne parla ampiamente **Gianni Petrosillo**, Presidente del Sunifar, il sindacato delle farmacie rurali, che sottolinea anche il **valore strategico del binomio Farmacia-Distribuzione intermedia per la popolazione delle comunità rurali e periferiche del Paese.**



Walter Farris,
presidente ADF

Il **150° anniversario della Riccobono**, esempio tra i più autorevoli e longevi del **ruolo cruciale del Distributore intermedio sul territorio**, ci dà l'occasione di testimoniare quest'alleanza indiscutibile ed evidente, che nel caso specifico va anche oltre la sanità, vista la promozione di iniziative culturali e sociali **in collaborazione con farmacisti, università e istituzioni.**

UN CONFRONTO COSTRUTTIVO TRA ISTITUZIONI E FILIERA

Un patto che si realizza attraverso il **dialogo, la partecipazione e la sinergia tra tutti i protagonisti** del settore è fondamentale per mettere davvero i

***Il confronto costruttivo
tra le Istituzioni e gli attori
della filiera continuerà
a svilupparsi a partire da alcuni
principi da sempre condivisi
da ADF, a beneficio dell'intero
sistema sanitario: assicurare
la sostenibilità del comparto,
rafforzare la filiera, ridurre le
disuguaglianze territoriali***

pazienti e i cittadini al centro del sistema e permette l'attuazione di **riforme coraggiose e concrete come quelle che questo Governo sta attuando**, perché oggi più che mai il diritto alla salute dev'essere rispettato: la nostra magnifica Costituzione repubblicana tutela la salute come diritto fondamentale dell'individuo e interesse della collettività. In questo spirito ADF si conferma un interlocutore attento, costruttivo e protagonista, partecipando attivamente alle iniziative che vanno realizzandosi nei diversi contesti, istituzionali e tecnici, di un settore in piena evoluzione. Ne parliamo a pagina 14, nell'**articolo sugli ultimi eventi cui abbiamo partecipato**, convinti che il confronto costruttivo tra le Istituzioni e tutti gli attori della filiera continuerà a svilupparsi a partire da alcuni principi da sempre condivisi da ADF, a beneficio dell'intero sistema sanitario:

- **assicurare la sostenibilità** dell'intero comparto farmaceutico;
- **rafforzare l'intera filiera**, dalla produzione alla commercializzazione, dalla distribuzione fino alla dispensazione del farmaco;
- **ridurre le disuguaglianze territoriali**, garantendo a tutti i cittadini, ovunque risiedano, pari accesso alle terapie e alle opportunità di cura.

**CONTRIBUIRE TUTTI AL RAGGIUNGIMENTO
DI UN OBIETTIVO COMUNE**

Nell'articolo di IQVIA **sugli scenari di mercato**, che registra in crescita il canale *retail* e l'*e-commerce*, il **focus sulla Distribuzione intermedia** vede sempre importanti i numeri movimentati delle aziende del settore e sottolinea, tra le principali sfide per categoria, i fenomeni di concentrazione delle quote di mercato, le pressioni esercitate da canali alternativi e le vendite dirette in farmacia. Ci attendono **riforme rilevanti per il settore**, che riteniamo possano portare a miglioramenti per **l'efficientamento dei processi burocratici e logistici**, la **riduzione dei costi** e **l'ottimizzazione delle risorse**. Meno sprechi, meno sovrapposizioni di norme e di competenze renderanno il sistema sempre più equilibrato ed efficiente, in grado di garantire servizi di alto valore a tutti i cittadini. Concludo, quindi, rinnovando il nostro **apprezzamento per le numerose iniziative, istituzionali e di filiera**, confermando la **piena disponibilità di ADF e delle aziende associate** a contribuire, con spirito costruttivo, al raggiungimento di un **obiettivo comune**: dotare il Paese di una **sanità d'eccellenza**, sempre più efficiente, sostenibile e vicina ai cittadini, con un **quadro normativo** moderno, funzionale e adeguato ai nuovi bisogni di salute della popolazione. ●

Walter Farris

La farmacia rurale è sempre presente

Anche dove i servizi essenziali non arrivano, resiste il presidio di riferimento sanitario e sociale per la popolazione dei territori marginali. Per questo è urgente una riforma strutturale che riconosca il valore strategico del binomio Farmacia dei servizi-Distribuzione intermedia, argine alla desertificazione sanitaria e sociale. Intervista a Gianni Petrosillo, presidente del Sunifar

di Carlo Buonamico

In un'Italia sempre più segnata dallo spopolamento delle aree interne e dalla progressiva scomparsa dei servizi essenziali nei piccoli centri, la farmacia rurale resta uno degli ultimi presidi sanitari e sociali sul territorio. Con **oltre 7.000 farmacie attive in Comuni con meno di 5.000 abitanti**, il ruolo del farmacista si è profondamente trasformato, diventando un punto di riferimento non solo per la salute, ma anche per la coesione delle comunità locali. In questa intervista, **Gianni Petrosillo, presidente del Sunifar** – il sindacato delle farmacie rurali – racconta le sfide quotidiane, le opportunità offerte dal PNRR e la necessità urgente di una riforma strutturale che riconosca il **valore strategico del binomio Farmacia dei servizi-Distribuzione intermedia**, vero argine alla desertificazione sanitaria e sociale dei territori marginali.

Presidente Petrosillo, oggi oltre 7.000 farmacie italiane operano in centri con meno di 5.000 abitanti. Cosa rappresenta, nella pratica quotidiana, la farmacia rurale per le comunità montane e periferiche?

La desertificazione sanitaria in queste aree è ormai conclamata e crescente. Si tratta di comunità dove le



Gianni Petrosillo

strutture sanitarie sono lontanissime, dove spesso non c'è il medico o se c'è viene una volta alla settimana. È poi facile che non ci sia nemmeno il pediatra di libera scelta. È chiaro che la farmacia non può sostituirsi a questi istituti, però è altrettanto chiaro che si tratta di una struttura in cui opera un professionista della salute con specifiche conoscenze e preparazione tecnico-scientifica che inevitabilmente diventa un punto di riferimento non solo di carattere sanitario, ma anche sociale per la popolazione, spesso anziana. **Quindi la farmacia in questi luoghi è l'istituzione**

che porta quel minimo di servizi essenziali, indispensabili per poter dare un'assistenza a livello farmaceutico, ma non solo, e diventa inoltre anche uno dei motivi più importanti per non abbandonare il territorio; la persona anziana che ha diritto di continuare a vivere dove è nata, se c'è la farmacia ha un motivo in più di permanenza. In altre parole, la farmacia è **uno degli elementi di contrasto alla desertificazione**, o per meglio dire, un argine che la rallenta e porta beneficio alle popolazioni di queste zone.

In territori in cui l'accesso ai medici di base è sempre più difficile, come cambia il ruolo del farmacista rurale? Possiamo davvero parlare di un'evoluzione verso la Farmacia dei servizi?

Come ho detto, la Farmacia dei servizi non sostituisce il medico, questo è chiaro. Però porta dei servizi di base che possono essere utili: dalla semplice prenotazione di una visita specialistica a una prestazione di telemedicina. Proprio ultimamente ho letto di una farmacia in un paesino di meno di 700 abitanti in Campania dove è stata salvata una persona: a seguito di un Ecg con tracciato anomalo, su indicazione del centro di telerefertazione, il farmacista ha raccomandato al paziente di recarsi urgentemente in ospedale dove è stato poi ricoverato e salvato. Ma al di là di questi episodi puntuali, anche se sempre più frequenti, **una farmacia che è presente sul territorio, che è in collegamento con le strutture di sanità, con l'azienda sanitaria, di sicuro è un presidio che offre certezze con continuità**. Mi spiego meglio. Parliamo della possibilità, per esempio, di portare la prevenzione primaria e secondaria alle popolazioni di queste aree remote, che altrimenti difficilmente si sposterebbero di 40-50 km facendo più di un'ora di macchina per partecipare a uno *screening* di qualsiasi tipo: diabete, ipertensione ecc. Con la farmacia a portata di mano, tutto è più possibile. E non dimentichiamo che nelle aree interne e rurali è più alto il tasso di persone anziane e, con questo, dei pazienti cronici e con comorbidità.

Ovviamente, la farmacia offre analoga opportunità anche **agevolando l'accesso al farmaco nelle aree più disagiate e isolate del Paese e questo avviene spesso in condizioni antieconomiche**, visti gli oneri organizzativi e i bacini di utenza ridotti: in sostanza, questi sono veri e propri presidi sanitari gestiti con coraggio e spirito di sacrificio.

E parlando di assistenza farmaceutica, come non ricordare che **tutto questo è possibile anche perché ci sono le aziende della Distribuzione intermedia che portano anche in queste aree i farmaci e tutto il resto delle forniture**. Il valore strategico di questi operatori, soprattutto nei contesti più isolati e difficili da raggiungere, si esprime non solo in termini di fornitura di prodotti, ma **anche di supporto alle attività della farmacia**; penso ai campioni consegnati ai laboratori nei servizi di *screening* del tumore del colon-retto, alla consegna dei vaccini anti-Covid e antinfluenzali, alla fornitura/noleggio dei dispositivi. **Un po' come il cuore pulsante che fa arrivare il sangue in tutti gli organi, la Distribuzione intermedia porta farmaci e prodotti e servizi sanitari in tutti i distretti d'Italia**.

All'inizio della mia attività di farmacista mi ricordo di essere andato a fare una sostituzione in un piccolo paese di montagna dove il titolare mi disse: «Vedi, adesso arrivano su – riferendosi alla cooperativa della Distribuzione intermedia che serviva quella zona – ma fino a qualche anno fa, dovevo andare io giù in valle, fare mezz'ora di strada per andare a prendere la cassa dei medicinali perché non c'era la possibilità di farla arrivare in farmacia, se non con il pullman di linea che comunque si fermava nel paesino più a valle». Questo per dire quanto sia importante ricevere in modo puntuale e continuativo il farmaco, risorsa essenziale per la farmacia rurale e per i cittadini. **Portare il farmaco anche nei luoghi più dispersi d'Italia è essenziale per poter rendere un servizio efficiente. Ci sono molte difficoltà economiche anche per i distributori, ed è quindi encomiabile il fatto che continuino a servire anche le zone più remote del Paese**.

Il PNRR ha già consentito a circa 2.000 farmacie rurali di potenziare i propri servizi. Quali sono stati finora i risultati concreti e quali prospettive apre il secondo bando in arrivo?

Al primo bando hanno aderito oltre 1.700 farmacie rurali sussidiate, di cui oltre 900 delle aree interne, che hanno ricevuto mediamente 22mila euro. Significa che ne hanno spesi in media di tasca propria altri 11mila, realizzando progetti del valore medio di 33mila euro; questo vuol dire che hanno colto l'opportunità di investire nella propria farmacia.

Ora, col secondo bando, implementeremo il numero delle farmacie coinvolte, perché andremo a interessare **non solo le farmacie sussidiate, ma tutte le farmacie situate nei Comuni o nei centri abitati fino a 5mila abitanti, quindi tutte le farmacie rurali.**

Se lei mi chiede se la piccola farmacia crede in questi bandi, le rispondo "sì ci crede". Abbiamo fatto un sondaggio, e abbiamo visto che anche le piccole farmacie hanno partecipato e ora erogano servizi di telemedicina, fanno servizi analisi di prima istanza. Quindi ci siamo. Per seguire il cambiamento che sta subendo la farmacia con lo sviluppo progressivo di

nuovi ruoli, senz'altro occorre ricorrere a investimenti che per le piccole farmacie possono rappresentare un problema di ordine economico. Ecco perché, quando fummo all'inizio di questo percorso di crescita, **ci preoccupammo del pericolo di creare una discriminazione tra piccole e grandi e, oltretutto, di non dare una risposta adeguata in termini di servizio, proprio nelle aree isolate e più bisognose.** In tutto questo, il progetto di finanziamento attraverso il PNRR è stato vincente, come dimostrano i numeri della partecipazione al primo bando e l'interesse per questo secondo bando.

All'inizio della nostra conversazione facevamo riferimento alle farmacie rurali che operano in piccoli Comuni servendo una popolazione prevalentemente anziana: quali politiche urgenti ritiene fondamentali per evitare lo spopolamento sanitario di queste aree?

C'è il problema grosso dei medici, perché, se è chiaro che dove mancano i medici è bene che ci sia almeno una farmacia, il rapporto diretto farmacia-medico è però essenziale, soprattutto nella gestione del monitoraggio del paziente cronico, dell'aderenza alla terapia ecc. **Quindi ribadisco: bisognerebbe assicurare la medicina di base e il pediatra di libera scelta.**

Bisognerebbe trovare un incentivo perché in certi ambiti il medico ci sia, magari anche a rotazione nei vari paesi di un determinato territorio. Per fare questo ci vogliono strutture adeguate e ci vogliono finanziamenti. Mi rendo conto che adesso si sta andando in un'altra direzione per quanto riguarda l'assetto organizzativo dell'assistenza territoriale, **ma di certo le case della comunità non sono la risposta all'esigenza di capillarità e di prossimità.** In questo contesto la riforma della sanità territoriale delineata dal Dm77 dovrebbe essere attuata pienamente creando una sinergia ancora più forte tra farmacie e medici, perché determinati servizi, invece di essere erogati in modo centralizzato, siano erogati dai presidi di prossimità presenti sul territorio, che possono diventare un braccio operativo della casa della comunità.



(c) EyeEm/FreePik.com

La farmacia è in grado di offrire determinati servizi dietro richiesta della centrale operativa territoriale (COT), cioè il braccio operativo e di coordinamento che sta tra casa della comunità e territorio. Le COT potrebbero essere collegate con le farmacie, facendo diventare la farmacia un elemento-base dei nuovi modelli organizzativi territoriali.

Con le sue parole stava rispondendo all'ultima domanda che volevo porle: in un'ottica di efficienza e sostenibilità del sistema, quali ulteriori iniziative ritiene possono essere attuate per sostenere il ruolo cardine del binomio Farmacia dei servizi e Distribuzione intermedia a vantaggio finale dei cittadini?

Sul piano strutturale di sicuro nelle aree rurali servono alcuni servizi essenziali, a partire dalle connessioni valide, per consentire di **proseguire il percorso della dematerializzazione, della informatizzazione e comunicazione con gli altri operatori e le altre strutture della sanità.**

La farmacia c'è già con la sua rete capillare su tutto il territorio. **Se c'è la farmacia significa che c'è anche**

un Distributore in grado di raggiungerla e abbiamo visto come la sinergia tra le due reti porti valore al sistema. Forse non siamo neanche giunti al completo sfruttamento di tutta la potenzialità. Se nella riforma della riorganizzazione della sanità territoriale si tenesse conto che esiste questa capillarità e che la si può sfruttare al meglio, senza voler rubare lavoro a nessuno, ma semplicemente facendo quello che serve al sistema Italia e al Servizio sanitario nazionale, sicuramente i risultati per i pazienti e per il sistema sarebbero migliori. Un esempio su tutti: la prevenzione. Se rafforziamo le attività di prevenzione, il cittadino sta meglio e il sistema risparmia. Se una persona è diabetica ed è curata e seguita bene dove risiede, riesce a tenere sotto controllo la propria patologia. E questo vale anche nei casi di broncopneumopatie croniche, delle patologie cardiovascolari e di tante altre patologie. **La farmacia è già lì, può fare prevenzione e deve essere messa in grado di farla.** Perché prevenzione vuole anche dire fare delle analisi di controllo, fare dei monitoraggi. Le farmacie ci sono, vanno utilizzate al meglio perché hanno dimostrato di essere in grado di fare di più di quanto fatto finora. ●



(c) EyeEm / Freepik.com

La Distribuzione intermedia, pilastro invisibile della sanità italiana

La ricorrenza di 150 anni dalla fondazione di Riccobono, azienda siciliana leader storico del settore, associata ADF, è l'occasione per sottolineare come, in un tempo in cui la medicina di territorio è chiamata a reinventarsi, il Distributore intermedio – oggi più che mai – si conferma motore invisibile e imprescindibile della sanità del futuro

di Carlo Buonamico

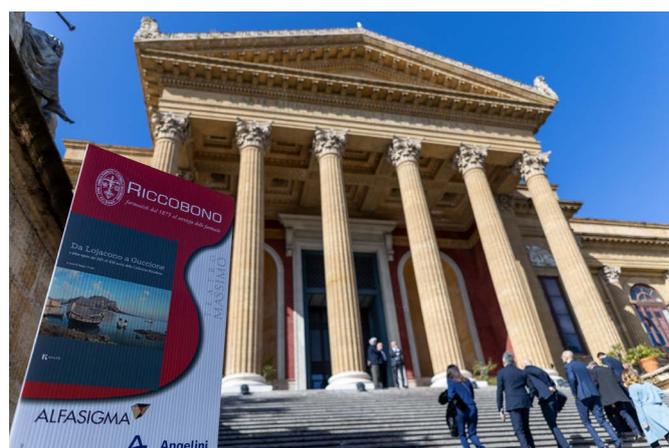
Nel mondo della sanità, c'è un attore fondamentale che spesso opera lontano dai riflettori, ma senza il quale la rete di assistenza territoriale non sarebbe in grado di reggere: il Distributore intermedio.

È il ponte tra le esigenze delle farmacie e i bisogni dei cittadini, l'ingranaggio che garantisce ogni giorno la disponibilità dei farmaci e l'efficienza dei servizi sanitari. Tra gli esempi più autorevoli e longevi di questo ruolo cruciale c'è Riccobono SpA, azienda fondata nel 1875 in Sicilia e oggi tra i leader del settore.

UN SECOLO E MEZZO AL SERVIZIO DELLA SALUTE

Certamente 150 anni di storia non si improvvisano. Riccobono incarna in modo esemplare la funzione e l'evoluzione del distributore intermedio nel panorama farmaceutico italiano. Nata come drogheria nell'Ottocento, l'azienda ha saputo intuire – con notevole anticipo – la necessità di costruire una rete distributiva al servizio della farmacia. Non è un caso se il suo claim recita: "Farmacisti dal 1875 al servizio della farmacia". Una dichiarazione d'identità prima ancora che uno slogan.

Guardando a Riccobono si può ripercorrere anche la storia della Distribuzione intermedia del



farmaco, con le evoluzioni che hanno portato al suo ruolo odierno. Nel corso dei decenni, la società ha consolidato un modello di distribuzione **full-line** che oggi rappresenta uno standard di riferimento: consegne rapide e capillari, logistica integrata, gestione informatizzata e, soprattutto, un costante supporto professionale alle farmacie, anche in contesti complessi e periferici. È questa la missione autentica del Distributore intermedio: essere parte integrante del sistema salute, assicurando continuità e prossimità nella dispensazione dei farmaci e dei servizi sanitari.

IL VALORE DEL BINOMIO FARMACIA-DISTRIBUTORE

La vera forza della sanità territoriale sta nel binomio vincente tra farmacia e Distribuzione intermedia, l'una non può funzionare senza l'altra. Il distributore non è un



semplice fornitore: è un alleato operativo, strategico, organizzativo. **Insieme, farmacia e distribuzione danno vita a un sistema di assistenza di prossimità che in Italia si è dimostrato efficace, resiliente e insostituibile.**

La Distribuzione per conto (Dpc), per esempio, in origine pensata per contenere i costi, è diventata con

il tempo una vera e propria infrastruttura sanitaria, grazie alla sinergia tra farmacie e distributori. Il paziente ritira il farmaco nella sua farmacia di fiducia, anche nei paesi più piccoli, senza dover affrontare lunghe distanze o complessi iter burocratici: **senza il ruolo del Distributore intermedio, tutto questo non sarebbe possibile.** E Riccobono, in Sicilia, lo dimostra ogni giorno, con un servizio puntuale che attraversa un territorio complesso fatto di montagne, isole minori e centri urbani distanti. **Il modello siciliano, infatti, è oggi riconosciuto a livello nazionale come esempio di efficienza organizzativa e coesione istituzionale.**

UNA RETE A SUPPORTO DELLE ISTITUZIONI

In molti casi il Distributore intermedio rappresenta una vera e propria ancora di salvezza per le istituzioni regionali dedicate alla salute. La collaborazione tra Regione Siciliana, Asp, Federfarma e i distributori intermedi, con Riccobono in prima linea, ha permesso



«Quello che mi ha colpito di più di questa giornata è stata la calorosa partecipazione e l'affetto dimostrato da tanti nostri clienti e colleghi. È la conferma che stiamo lavorando nella giusta direzione e che ci attendono ancora molte sfide da affrontare insieme alle nostre farmacie clienti»

Andrea Riccobono

negli anni di consolidare **un sistema capace di gestire non solo la distribuzione dei farmaci, ma anche numerosi servizi sanitari di prevenzione**: dalle campagne vaccinali agli *screening*, fino alla raccolta e conservazione dei campioni biologici da inviare ai laboratori. Anche grazie al contributo di aziende come Riccobono, questa Regione è riuscita a garantire servizi sanitari tempestivi ed efficaci anche nelle aree meno accessibili. Il lavoro della Asp di Palermo,

capofila tra le nove Asp siciliane, rappresenta un ulteriore tassello di questa collaborazione virtuosa. Il dialogo continuo tra istituzioni sanitarie, farmacie e distributori ha permesso di superare criticità logistiche e normative, costruendo un sistema che mette il cittadino al centro.

UN SERVIZIO PUBBLICO ESSENZIALE

Spesso invisibile agli occhi dell'opinione pubblica, il Distributore intermedio è anche riconosciuto per legge come servizio pubblico essenziale, e a ragione. Perché senza la capacità logistica, l'organizzazione e il presidio del territorio che garantiscono quotidianamente aziende come Riccobono, l'accesso ai farmaci e ai servizi sanitari non sarebbe assicurato in modo uniforme e tempestivo. In un contesto di invecchiamento della popolazione, aumento delle cronicità e necessità di deospedalizzazione, **il Distributore intermedio gioca un ruolo sempre più centrale nell'affiancare le farmacie, che a loro volta si trasformano in farmacie dei servizi, veri avamposti del Servizio sanitario nazionale**. Un modello che funziona solo se sostenuto da una distribuzione solida, affidabile e integrata.

I 150 anni di Riccobono SpA non sono quindi solo una celebrazione aziendale, ma un momento per riconoscere il valore di una figura fondamentale per la sanità italiana. Un attore silenzioso, ma insostituibile; un presidio di efficienza e prossimità; un esempio di come, anche dietro le quinte, si può essere protagonisti della salute pubblica. ●

KNAPP



KNAPP Smart Solutions, progetta il magazzino automatico ideale per ogni farmacia

KNAPP Smart Solutions integra 35 anni di esperienza nell'automazione del farmaco con la visione, le capacità e la forza del gruppo KNAPP, al servizio delle farmacie.

KNAPP è un gruppo internazionale, tra i primi produttori mondiali di soluzioni intralogistiche complete, tra le quali i sistemi di magazzino automatizzati.

Oltre 3.000 installazioni nei cinque continenti, in ogni settore merceologico, ne testimoniano le competenze ed il successo. Un servizio clienti di alta qualità è garantito da una rete globale di 56 sedi, tra le quali KNAPP Italia.

Ci chiami per una consulenza personalizzata, scoprirà il potenziale della sua farmacia.

KNAPP Italia – Centro Direz. Colleoni Pal. Taurus, 1 - 20864 Agrate Brianza (MB)
alessandro.stea@knapp.com | +39 334 6885504 | www.knapp.com | www.apostore.com/it
<https://it.linkedin.com/company/knapp-italia>

Knapp.com



Dialogo, partecipazione e sinergie per il futuro del settore

Negli ultimi mesi, ADF - Associazione Distributori Farmaceutici, si è distinta per un'intensa attività istituzionale e di proposta, partecipando attivamente a dibattiti di rilievo e commentando con competenza e spirito collaborativo le riforme e le innovazioni in corso nel settore farmaceutico

di Rossella Gemma

UN TESTO UNICO PER LA FARMACEUTICA

In occasione dell'evento *"La nuova legislazione farmaceutica Ue e la governance italiana: impatti e prospettive"* (convegno alla Camera dei deputati, 8 maggio 2025), il Presidente ADF **Walter Farris** ha accolto con "grande soddisfazione" l'annuncio del Sottosegretario alla Salute **Marcello Gemmato** dell'avvio di un **tavolo interministeriale per la stesura di un Testo Unico sulla farmaceutica**.

«Occorre un quadro normativo unitario, moderno e semplificato, in grado di coniugare innovazione e sostenibilità», ha dichiarato Farris. «L'obiettivo è migliorare l'efficienza del servizio farmaceutico e la qualità della vita dei cittadini». **L'ADF si è detta pienamente disponibile a contribuire**, portando la voce e l'esperienza della Distribuzione intermedia in un processo di riforma che punta a semplificare l'accesso al farmaco e rendere il sistema più reattivo e accessibile.

Farris ha anche espresso un plauso al Governo Meloni per l'impegno dimostrato fin dall'insediamento **nell'attuare riforme coraggiose e concrete, che hanno già avuto un impatto positivo su più segmenti della filiera**, incluso quello della distribuzione..



LEGGE DI BILANCIO 2025: CORRETTA UNA STORTURA STORICA

Già in precedenza, in occasione del convegno *"Un impegno al servizio dell'Italia e a sostegno del Servizio sanitario nazionale"*, svoltosi a Bologna lo scorso 11 aprile su iniziativa della **Fondazione Francesco Cannavò**, il Presidente ADF aveva avuto occasione di esprimere un ringraziamento all'esecutivo per l'ascolto e l'impegno dimostrato nel recepire e dare risposta alle esigenze di un settore strategico per la salute pubblica. Dopo aver avuto un quadro lucido e appassionato del ruolo della Distribuzione intermedia del farmaco all'interno del Servizio sanitario nazionale, Farris ha citato infatti tra gli interventi recenti più rilevanti **la riforma della**



remunerazione delle farmacie introdotta con la Legge di Bilancio 2024 e il **trasferimento in farmacia di importanti farmaci per il diabete**, una misura definita **“rivoluzione gentile”**, che ha garantito ai pazienti maggiore accesso alle cure e generato risparmi per oltre 9,7 milioni di euro per il SSN, come confermato dai dati Aifa.

Tuttavia, Farris ha anche rimarcato come **per i Distributori intermedi il vero cambio di passo sia avvenuto con la Legge di Bilancio 2025**, che ha finalmente corretto una stortura normativa risalente al 2010, quando il margine dei grossisti fu drasticamente ridotto dal 6,65 per cento al 3 per cento. Tale misura, adottata in un contesto emergenziale, aveva messo sotto pressione il comparto, già gravato da crescenti costi operativi, obblighi regolatori europei (come la tracciabilità) e la crescente partecipazione dei distributori a servizi sanitari avanzati a supporto delle farmacie, inclusi *screening* e prevenzione. **«È grazie al confronto continuo e costruttivo con le**

istituzioni che queste misure hanno potuto vedere la luce», ha sottolineato il Presidente ADF, rivendicando il valore del dialogo come metodo e strumento per costruire politiche sanitarie sostenibili e realmente orientate al cittadino. L'intervento si è chiuso con un'esortazione alla collaborazione tra tutti gli attori della sanità, pubblici e privati, perché solo così – ha affermato – sarà possibile affrontare le sfide future con concretezza, visione e responsabilità condivisa.

INNOVAZIONE E SICUREZZA: LA SFIDA DELLA TRACCIABILITÀ

Un altro importante contesto ha visto la partecipazione del Direttore Generale **Massimiliano Carnassale**: stiamo parlando di **“FarmaChange: tecnologie al servizio della salute”**, l'incontro organizzato da **AISFA - Associazione Italiana Studenti Farmacia** nell'ambito di Cosmofarma 2025. ADF è stata invitata ad aggiornare la platea di giovani e professionisti sulle tecnologie più avanzate per

la tracciabilità dei medicinali, come Datamatrix, Blockchain e EMVS, sottolineando il ruolo sempre più strategico della distribuzione nel garantire sicurezza e trasparenza lungo tutta la filiera.

Carnassale ha posto l'accento sulla **relazione sinergica tra farmacie e distributori**, evidenziando come **innovazione, formazione e visione comune rappresentino oggi il vero motore evolutivo del settore**. Un messaggio in linea con il tema lanciato da Cosmofarma per questa edizione: *"Performare"*, ovvero unire "sapere" e "saper fare" per fare la differenza.

Nei diversi contesti, istituzionali e tecnici, **ADF si conferma un interlocutore attento, costruttivo e protagonista di un settore in piena trasformazione**. Con una visione orientata al futuro, continua a promuovere un modello distributivo che integra sostenibilità, prossimità, innovazione e sicurezza, a beneficio di tutto il sistema sanitario e, soprattutto, dei cittadini. ●



IQVIA, in crescita il canale Farmacia e l'E-commerce, sotto pressione la Distribuzione intermedia



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

I primi quattro mesi del 2025 vedono un incremento del 3,2 per cento del mercato. Per il canale Farmacia la crescita complessiva a valori è del +3,5 per cento. L'E-commerce prosegue la sua marcia, anche se a spingere il dato sono ormai in pratica i soli principali player on line. E la Distribuzione intermedia? Sempre rilevanti i numeri movimentati, nonostante la pressione della diretta e il fenomeno della concentrazione delle quote

I primi quattro mesi del 2025 hanno fatto segnare un incremento complessivo rispetto ai primi quattro del 2024 del **+3,2 per cento del mercato retail**, inteso come il totale dei quattro canali (Farmacia, Parafarmacia, E-commerce e GDO) attraverso i quali può essere acquistato il prodotto farmaceutico inteso in senso lato, considerando quindi non solo il farmaco ma tutti quei prodotti che possono transitare nel

canale della farmacia.

Il fatturato totale del quadrimestre è stato di circa 11 miliardi di euro, 9,3 dei quali generati dalla Farmacia, il canale che, insieme all'E-commerce, cresce maggiormente. Il fatturato dei prodotti farmaceutici nella Grande distribuzione è rimasto sostanzialmente stabile (-0,1 per cento) mentre il canale Parafarmacia ha subito un sensibile calo del -4,9 per cento rispetto al 2024 (**Figura 1**).

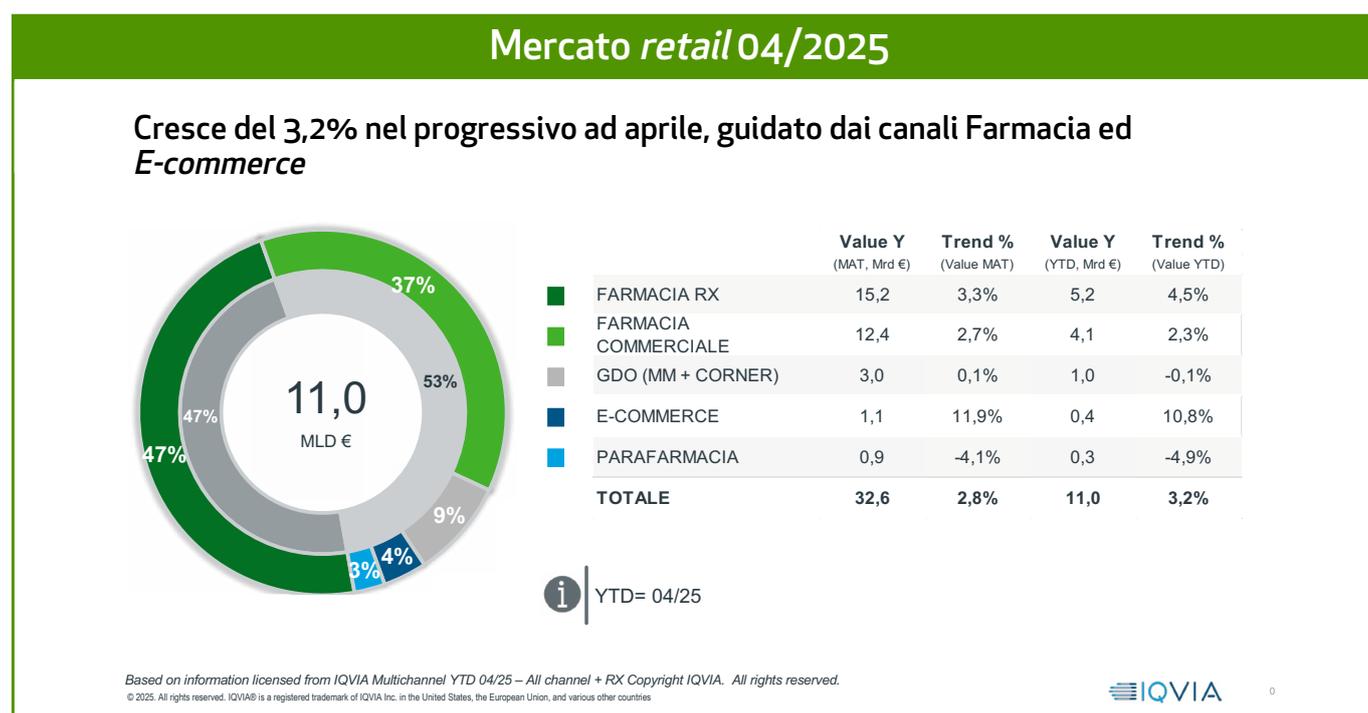


Figura 1

LA FARMACIA CRESCE

Focalizzando l'analisi solo sul canale Farmacia osserviamo una crescita complessiva a valori del **+3,5 per cento** nel primo quadrimestre 2025 rispetto all'analogo periodo del 2024. Traino della performance positiva è sicuramente la parte di farmaci etici su prescrizione, che crescono complessivamente del **+4,5 per cento** (+4,1 per cento per gli etici Classe A e +5,9 per cento per gli etici classe C).

Due fattori hanno sicuramente avuto influenza sull'incremento del valore del comparto etico già dalla seconda metà del 2024: **lo switch dal canale DPC al canale territoriale delle gliptine** (farmaci antidiabetici orali, Linagliptin, Sitagliptin ecc.) per la classe A e **il boom dei farmaci antiobesità**, che hanno influenzato le crescite del mercato etico in farmacia già nel 2024 ma anche e soprattutto nei primi mesi del 2025. Sia l'ingresso di nuovi farmaci antiobesità, come Mounjaro, sia lo switch delle gliptine sono avvenuti dopo il primo quadrimestre del 2024 per cui l'effetto di crescita nei primi 4 mesi del 2025 è massimo. A questi due fattori, per il 2025 si aggiunge **la possibilità di aumentare i prezzi dei farmaci di**

classe C negli anni dispari, che spinge ancora di più la crescita a valori del comparto.

BOOM DI ETICO E AUTOCURA A VALORI

Anche **i farmaci di Autocura crescono bene a valori (+4,5 per cento)**, soprattutto con i prodotti antiraffreddore (+5 per cento) e antitosse (+6,8 per cento: il picco influenzale è arrivato a inizio 2025 mentre lo scorso anno aveva anticipato a dicembre 2023), mentre **Integratori e Igiene e Bellezza**, che avevano trainato la crescita del comparto commerciale nel 2024, pur continuando a segnare trend positivi, **rallentano un po' la crescita**, segno forse di una maggiore attenzione del consumatore alle spese non strettamente necessarie per la salute e al potenziale spostamento degli acquisti "programmabili" sul canale *On line*? Negative, infine, le performance dei comparti **Nutrizionale e Parafarmaceutico**, rispettivamente al **-3,7 per cento** e al **-3,6 per cento (Figura 2)**.

Suddividendo la performance a valore del canale in tre effetti diversi, il primo legato esclusivamente alla **crescita dei volumi**, il secondo a un **effetto mix**, cioè allo spostamento del consumo verso prodotti a prezzo più alto o più basso, e l'ultimo all'**effetto dei prezzi**, a totale

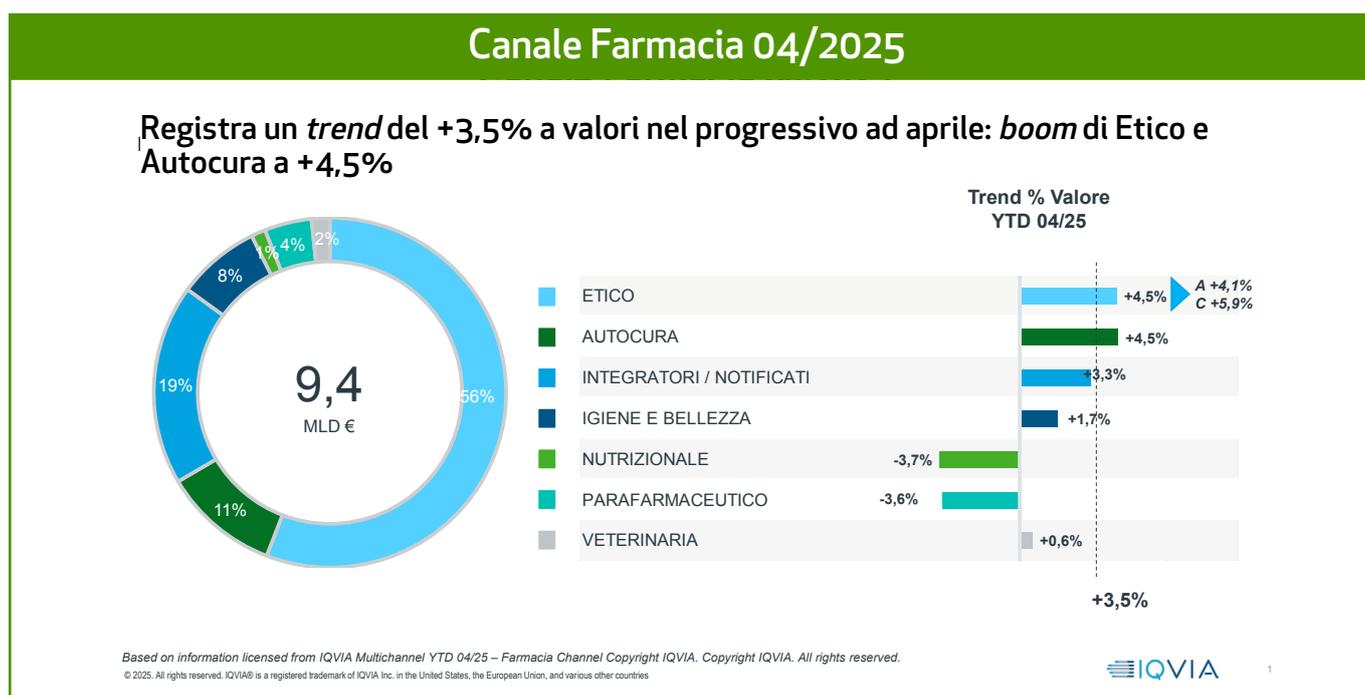


Figura 2

mercato Farmacia **si assiste a un lieve calo dei volumi più che compensato dall'effetto prezzi e dall'effetto mix**. Il dato a unità cresce solo **per il comparto Etico di classe A e Integratori**, la restante crescita è dettata dall'aumento prezzi o dallo spostamento dei consumi verso prodotti a più alto prezzo.

Per la classe C in particolare, che diminuisce in termini di volumi, abbiamo significative crescite sia dell'effetto mix (per il boom dei farmaci antiobesità) sia dell'effetto aumento prezzi.

Per dare un'idea della portata dell'incremento portato in dote dai farmaci di classe C, bisogna tenere conto che i farmaci antiobesità e tutti i prodotti che hanno registrato vendite nel progressivo ad aprile 2025 ma non nello stesso periodo del 2024 hanno un prezzo medio di circa 70 euro a confezione, mentre il prezzo medio della classe si aggira intorno ai 14-15 euro (Figura 3).

E-COMMERCE IN CRESCITA COSTANTE

L'altro canale in crescita costante anno su anno è l'**e-commerce**, nei primi mesi del 2025 il trend indica un

aumento del fatturato complessivo del canale ancora a doppia cifra, **+10,8 per cento**.

Anche per le vendite *on line* il traino di questi primi quattro mesi è stato il comparto dell'Autocura, che segna un +22 per cento, seguito dagli Integratori con un +12,7 per cento.

Discorso a parte va fatto per il comparto Veterinario che, pur incidendo ancora con una quota di mercato del 4 per cento sul totale canale, segna delle crescite *record*: già il 2024 verso il 2023 aveva registrato un +30 per cento, nel primo quadrimestre del 2025 **la crescita dei prodotti Pet venduti on line raggiunge il +40 per cento rispetto allo scorso anno**.

L'e-commerce vale per i primi 4 mesi del 2025 circa 425 milioni di euro, con una stima di chiusura anno da parte di IQVIA di circa **1,2 milioni di euro (Figura 4)**.

Siamo stati abituati a crescite del mercato *on line* molto più alte di un +11 per cento, ma se andiamo a scomporre il contributo alla crescita del canale tra i *top 30 e-retailer* e gli altri vediamo come i principali *player* del mercato continuano a crescere di oltre il 20 per cento nel 2025, mentre tutti gli altri segnano

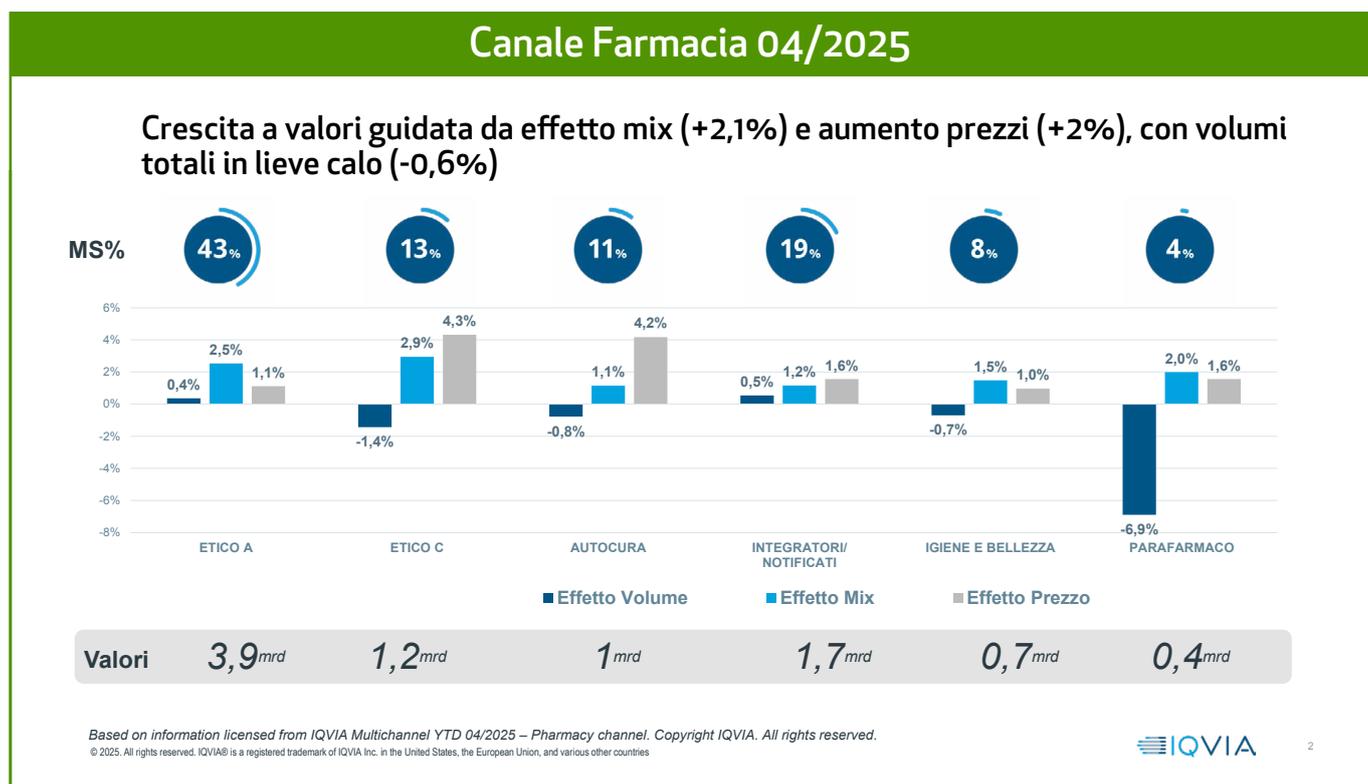


Figura 3

performance addirittura negative, a dimostrazione che per avere successo in questo non facile mercato occorre ormai essere strutturati e con esperienze acquisite (Figura 5).

FOCUS SULLA DISTRIBUZIONE INTERMEDIA

Il mondo della Distribuzione intermedia continua a essere interessato da fenomeni di concentrazione delle quote di mercato e di pressioni esercitate sia da canali alternativi

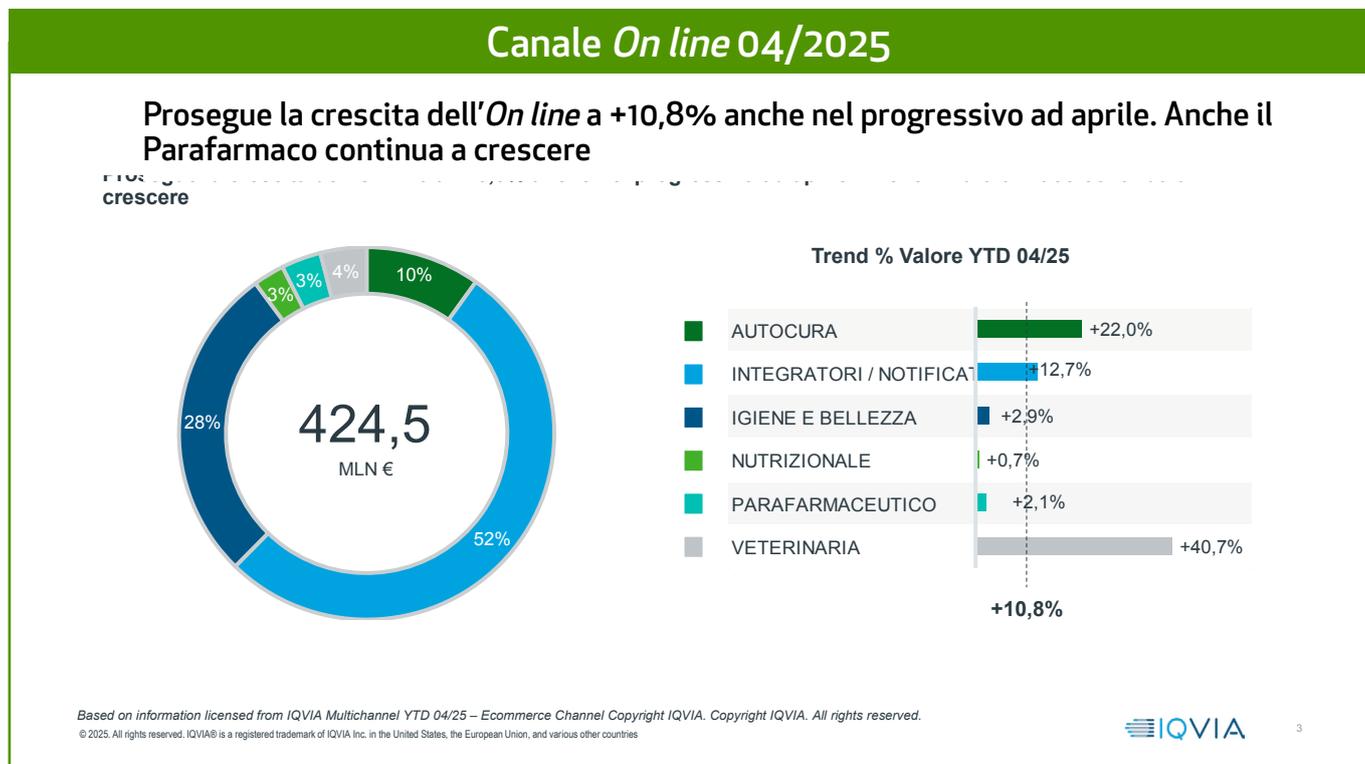


Figura 4

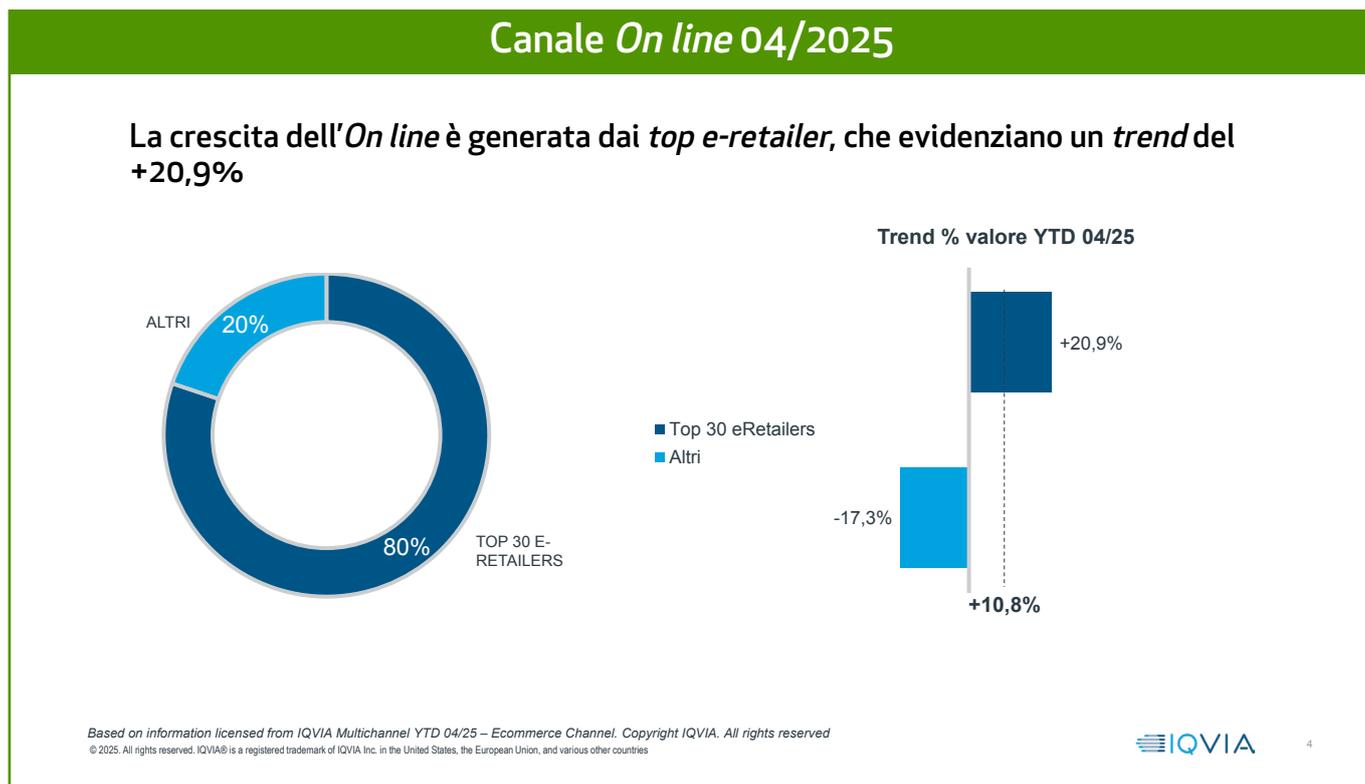


Figura 5

SCENARI DI MERCATO

come l'e-commerce o le catene di farmacie (i gruppi si stanno strutturando con magazzini autonomi di proprietà), nonché dalla spinta delle aziende fornitrici alla vendita diretta in farmacia.

I primi cinque grossisti coprono ormai il 60 per cento delle quote di mercato del totale vendite indirette e i primi 10 arrivano a rappresentare l'85 per cento di questo mercato.

Abbiamo analizzato tramite alcuni indicatori l'attività svolta dalla Distribuzione intermedia sulle farmacie dividendo i grossisti in *cluster* a seconda della dimensione. Per dare un'idea dell'importanza svolta dalla Distribuzione intermedia nella filiera del farmaco **il primo dato rilevante è il numero medio di confezioni consegnate giornalmente** in ogni farmacia. Sono **ben 262 confezioni al giorno**, di cui 150 consegnate dai *big*

grossisti, che diventano 66 per il secondo *cluster* e 36 per il terzo. Anche il prezzo medio per confezione cambia a seconda della dimensione del distributore: i più grandi movimentano in media prodotti a più alto costo (media 12 euro) rispetto alla media (**Figura 6**).

Parlavamo sopra della pressione della vendita diretta: **alla Distribuzione intermedia rimane ancora in carico il 71 per cento di tutti prodotti farmaceutici consegnati alle farmacie italiane**, percentuale che sale al **90 per cento per i farmaci etici branded**. Ci sono poi categorie come il Nutrizionale e l'Igiene e Bellezza dove la diretta è preponderante, intorno al 60 per cento, ma anche negli Etici generici si rileva un incremento della vendita da parte delle aziende, che porta quindi la diretta sulle stesse percentuali dei prodotti più marcatamente commerciali (**Figura 7**). ●

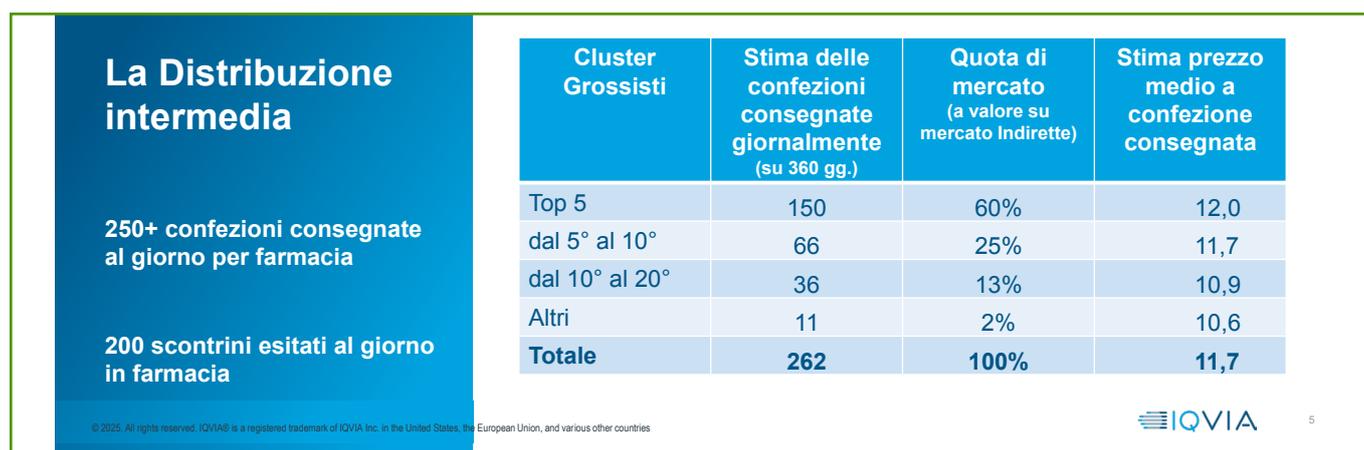


Figura 6

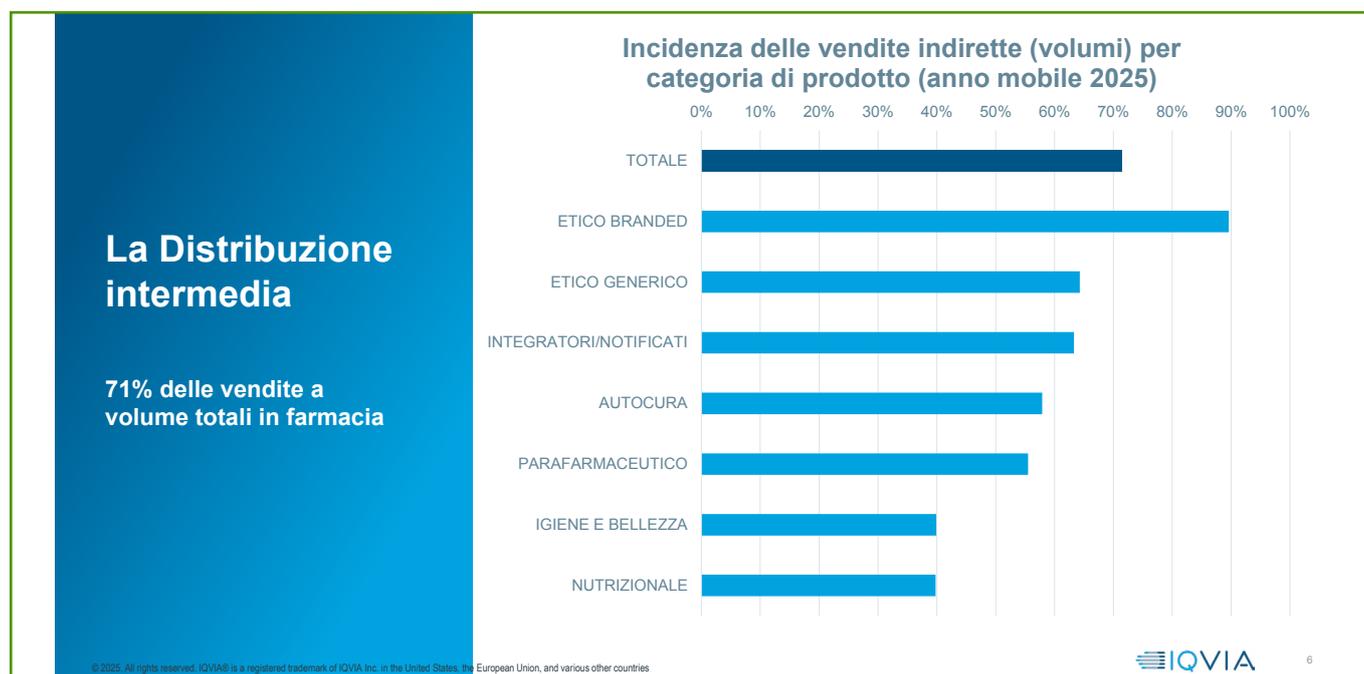


Figura 7



Nel sito web dell'Associazione Distributori Farmaceutici
www.Adfsalute.it potete trovare anche i precedenti numeri
de Il Quaderno della distribuzione farmaceutica

Segretaria di Redazione Maria Pia Mircoli

Il Quaderno della distribuzione farmaceutica

Notiziario online dell'Associazione Distributori Farmaceutici

(ai sensi art. 3 bis L. 16 luglio 2012, n. 103 di conversione del DL 18 maggio 2012, n. 63)

Adf SERVICE s.r.l.

Sede Legale Via Alessandro Torlonia 15/a - 00161 Roma

tel. 064870148, fax 0647824943 - ilquaderno@Adfsalute.it