

IQVIA, come sta cambiando il mercato *retail* farmaceutico



Maurizio Maggini
Associate Director,
Supplier Services,
Information IQVIA Italia

Il mondo della salute è in piena trasformazione, un cambiamento profondo che tocca il modo in cui le persone si prendono cura di sé, il ruolo delle farmacie e la struttura stessa del mercato. Durante l'Assemblea ADF del 18 settembre 2025, Claudia Rocco, Senior Director, Offering & Operations in IQVIA Italia, ha presentato una fotografia dettagliata del settore, con uno sguardo al futuro che ci attende

Nei prossimi cinque anni, i principali mercati europei vedranno **un aumento della spesa farmaceutica di 85 miliardi di dollari**. Questo incremento sarà trainato dai farmaci innovativi, che continuano a rivoluzionare il trattamento di molte patologie, ma al contempo anche dai farmaci consolidati, che mantengono un ruolo centrale soprattutto nei trattamenti cronici, e dai generici e biosimilari, che contribuiranno con 10 miliardi di dollari, favorendo l'accesso alle cure.

Il tasso di crescita annuale composto (Cagr) è risultato dell'8 per cento tra il 2019 e il 2024, con **una previsione del +6 per cento tra il 2024 e il 2029:**

segno di una crescita sostenuta ma più equilibrata.

Alcune aree terapeutiche stanno vivendo una vera e propria rivoluzione (**Figura 1**). In particolare, i farmaci GLP-1 stanno cambiando radicalmente il trattamento di **diabete e obesità**, con una spesa prevista di 76 miliardi di dollari entro il 2029. I nuovi trattamenti per **Alzheimer, Parkinson, depressione e ansia** stanno emergendo con forza in ambito neurologia e salute mentale. **Oncologia e immunologia** continuano a essere settori chiave, con forte utilizzo di biologici e con una spesa globale che passerà da 252 miliardi nel 2024 a 441 miliardi nel 2029. Anche le tecnologie e i prodotti pensati per la salute femminile



Claudia Rocco, Senior Director,
Offering & Operations IQVIA

e l'invecchiamento attivo (**FemTech e AgeTech**) mostrano tassi di crescita elevati.

LE TENDENZE CHIAVE

Questi *trend* sono strettamente correlati al cambiamento in atto riguardo al profilo del consumatore della salute, oggi più consapevole, informato e attivo rispetto al passato. **La digitalizzazione e l'intelligenza artificiale, sempre più centrali nel mondo della salute, stanno trasformando i metodi di sviluppo dei prodotti, il marketing e il coinvolgimento del cliente.** In secondo luogo, sempre più persone cercano soluzioni accessibili e

Aree Terapeutiche chiave

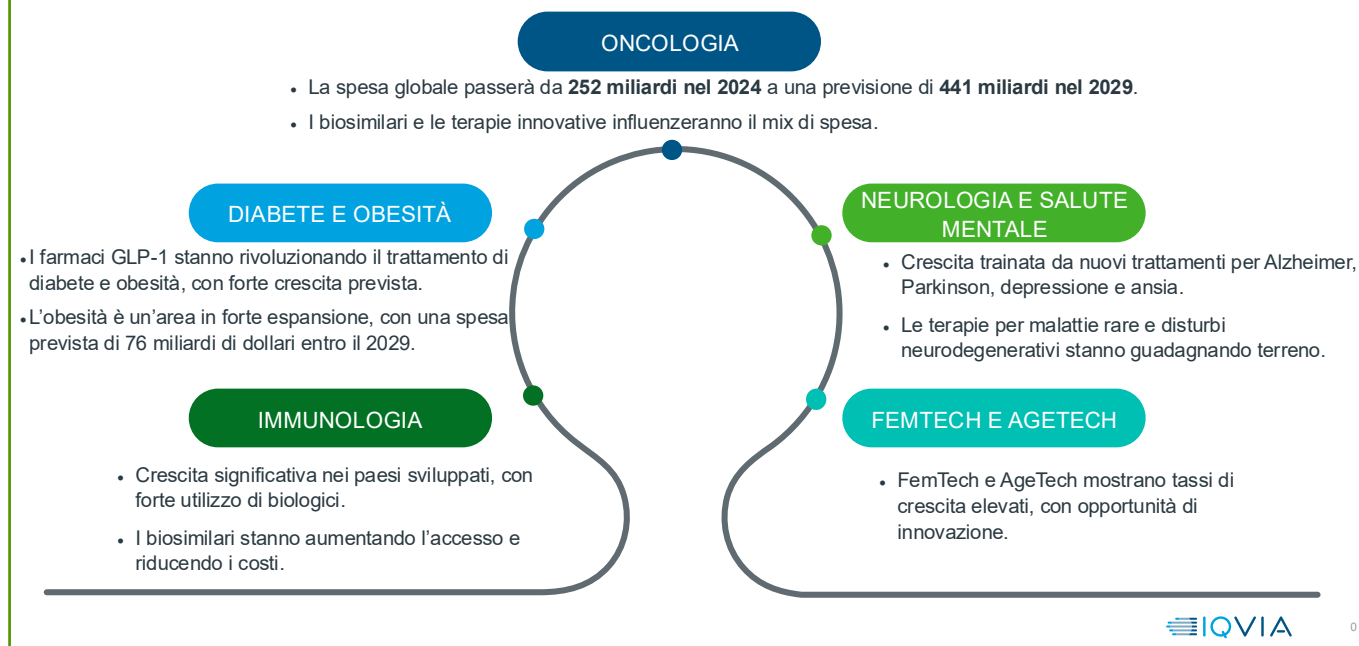


Figura 1

immediate, soprattutto in ambito della digestione, del dermatologico e per il supporto ai GLP-1, spostando da farmaci da prescrizione a OTC. Il **consumatore moderno è sempre più legato all'e-commerce e alla multicanalità/omnicanalità**, con spinte verso il *social commerce*, per un'esperienza d'acquisto che si sposta tra *on line* e *off line*, con un'augmentata attenzione alla personalizzazione. Anche per quanto riguarda l'ambito **Healthy Aging e salute cellulare**, aumenta l'interesse per prodotti che aiutano a mantenere

vitalità e benessere negli anni, mentre i **nuovi formati "on-the-go"** quali *gel, stick, spray e strip* per integratori e nutraceutici rispondono alle esigenze di praticità sempre più richieste da uno stile di vita molto dinamico.

Un altro aspetto molto considerato dal nuovo consumatore è la **sostenibilità**, soprattutto per le nuove generazioni che premiano aziende trasparenti, responsabili e con prodotti *eco-friendly*. (Figura 2)

Consumer Health: tendenze chiave

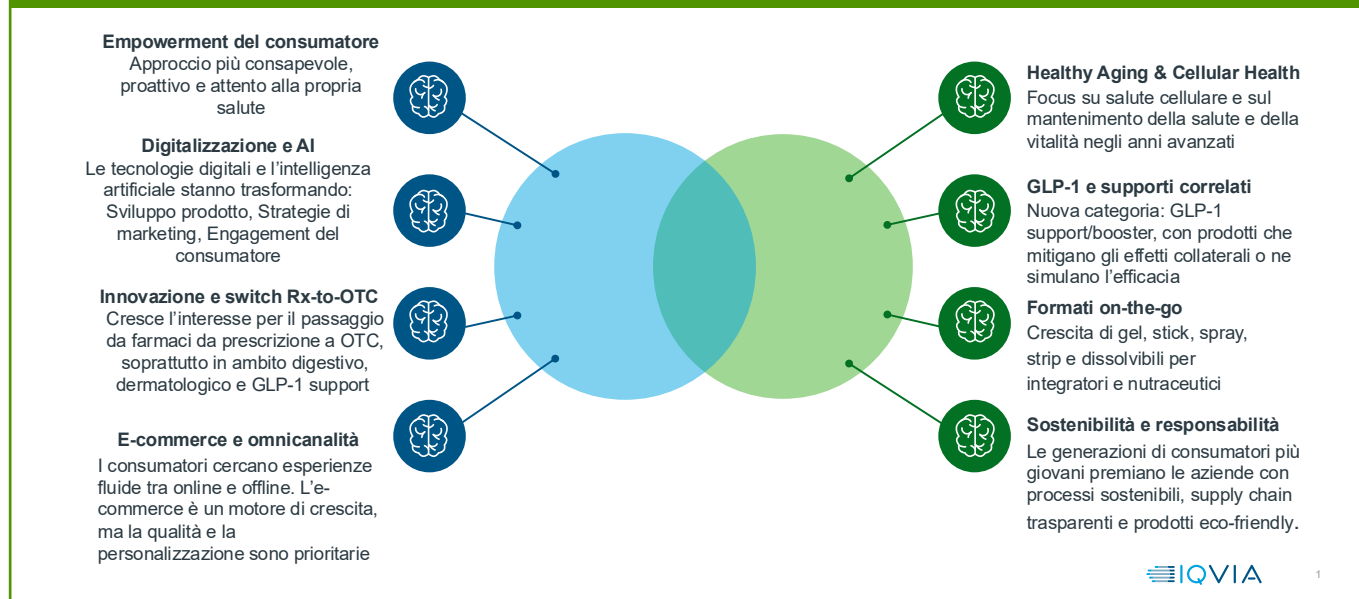


Figura 2

IL MERCATO ITALIANO TRA STABILITÀ ED EVOLUZIONE

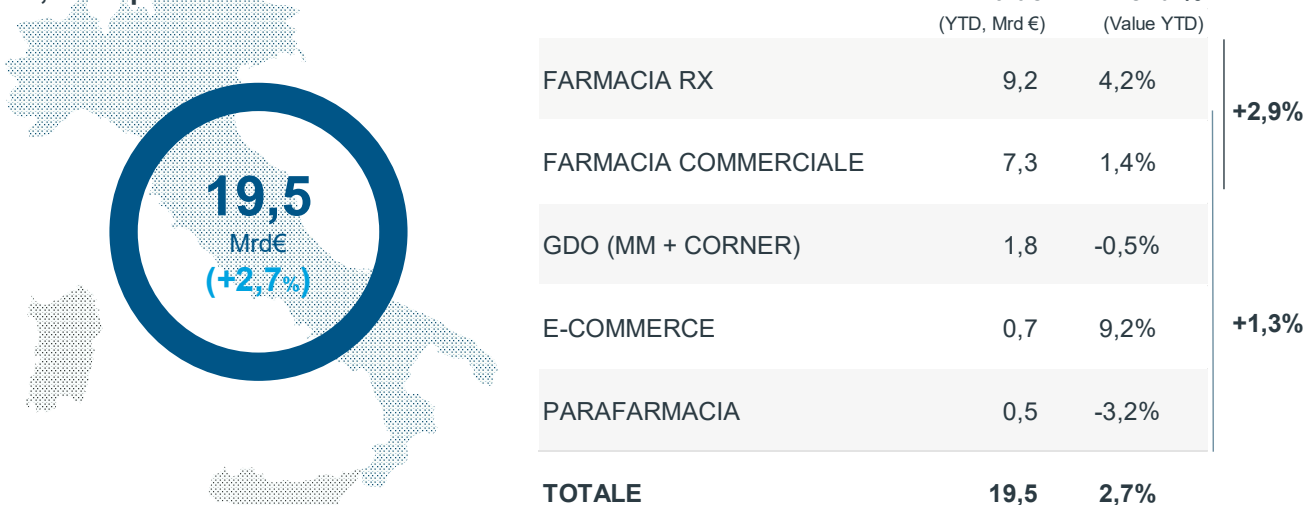
Nel progressivo a luglio 2025, il mercato *retail* farmaceutico italiano ha raggiunto **19,5 miliardi di euro**, con una crescita del **+2,7 per cento** rispetto all'anno precedente (*Figura 3*).

Le farmacie hanno registrato un incremento del **+2,9 per cento**, trainato soprattutto dai farmaci etici (*Figura 4*).

Tuttavia, i volumi sono in calo: la crescita è sostenuta principalmente dall'aumento dei prezzi e dallo spostamento verso **un mix di prodotti a più alto**

Il mercato *retail* – Luglio 2025

Nel progressivo a luglio 2025, il mercato *retail* ha raggiunto **19,5 miliardi di euro** crescendo del **+2,7%** rispetto all'anno scorso



Based on information licensed from IQVIA Multichannel YTD 07/25 – All channel + RX Copyright IQVIA. All rights reserved.
© 2025 All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries

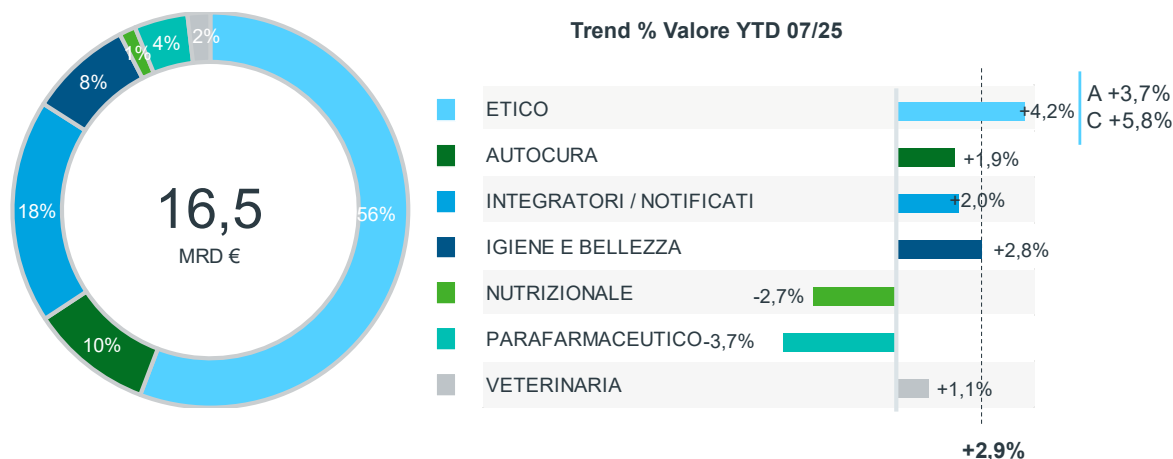
IQVIA

2

Figura 3

Il canale Farmacia – Luglio 2025

Nel progressivo a luglio, il canale Farmacia mostra un *trend* a valori del **+2,9%**, specialmente guidata dal farmaco etico



Based on information licensed from IQVIA Multichannel YTD 07/25 – Farmacia Channel Copyright IQVIA. Copyright IQVIA. All rights reserved.
© 2025 All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries

IQVIA

3

Figura 4

prezzo (Figura 5). Su quest'ultimo trend si inseriscono di prepotenza i **trattamenti del diabete** con alcune molecole che, dopo la riclassificazione, passano dalla vendita in DPC a una dispensazione in farmacia, partendo dalle **Gliptine** dello scorso anno e continuando con il recente cambiamento avvenuto sulle **Gliflozine**. Altro driver di crescita e di spostamento verso un consumo di prodotti a più alto costo riguarda il **boom dei medicinali antiobesità**, legati a doppio filo all'ambito diabete, in quanto hanno dimostrato un funzionamento utile alla diminuzione del peso corporeo. Per questi ultimi prodotti relativi al trattamento dell'obesità si sta assistendo tra l'altro a una **predisposizione all'acquisto out of pocket senza precedenti**.

DISTRIBUZIONE VERSO LA CONCENTRAZIONE E L'INTEGRAZIONE

La Distribuzione in Italia sta evolvendo verso un modello sempre più concentrato, simile a quello già presente in molti altri Paesi europei, soprattutto a seguito alla recente **fusione di CEF e Unico in QFarma** e di quelle avvenute in tempi recenti, anche a livello di Distributori internazionali (Figura 6): i primi cinque

Distributori coprono oggi oltre il 65 per cento del mercato delle vendite indirette in Italia. Oltre a quello concentrativo, si assiste anche a un secondo fenomeno non meno rilevante, laddove si registra che **tre grossisti tra i Top 10 hanno un proprio sito di vendite on line**, mentre **otto su 10 posseggono una propria catena reale o hanno costituito un network di farmacie**, in un approccio sempre più verticale alla distribuzione di prodotti farmaceutici, anche in risposta alle sfide che vengono poste alla catena distributiva moderna, in particolare in termini di costi, necessità di innovazione e marginalità.

FARMACIE: SEMPRE MENO QUELLE INDIPENDENTI

A proposito di forme aggregative di farmacie, è da rimarcare il calo subito dal numero di farmacie indipendenti nel corso degli ultimi anni: si passa infatti **dal 71 per cento nel 2023 al 66 per cento nel 2025**. Attualmente le **catene reali** rappresentano il **7 per cento delle farmacie italiane**, mentre quelle definibili **"a guida centrale"**, dove alle catene reali si sommano i gruppi di comunali e i **network strong**, si prevede raggiungeranno il **27 per cento entro il 2028** (Figura 7).

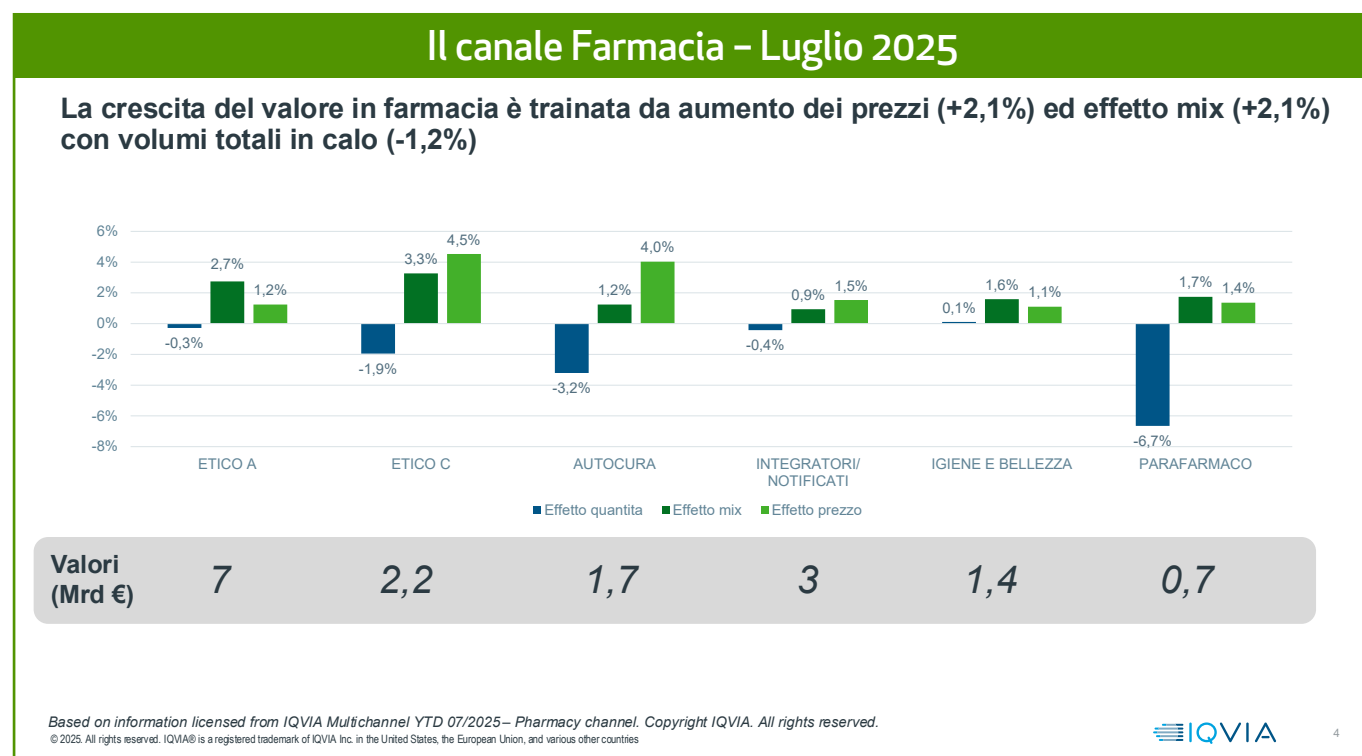


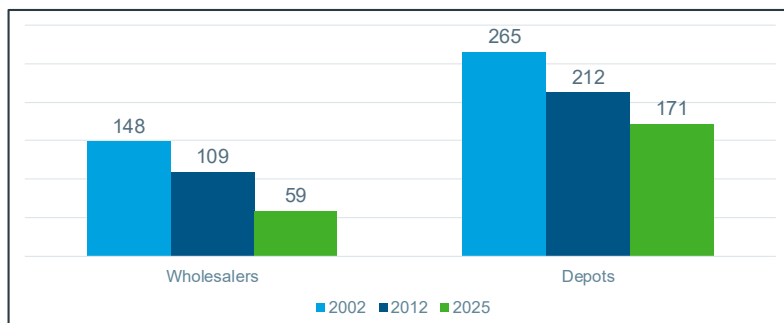
Figura 5

L'evoluzione della Distribuzione in Italia

Concentrazione e *network* di farmacie dopo la fusione CEF-Unico in QFarma

42 Grossisti (gruppi)

Il processo di concentrazione continua, ma rispetto all'Europa siamo ancora molto frammentati.



CONCENTRAZIONE

>65% Top 5 Grossisti

~88% Top 10 Grossisti

INTEGRAZIONE A VALLE

Top 10

8/10 hanno una catena/network

3/10 possiedono un ecommerce

© 2024. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries

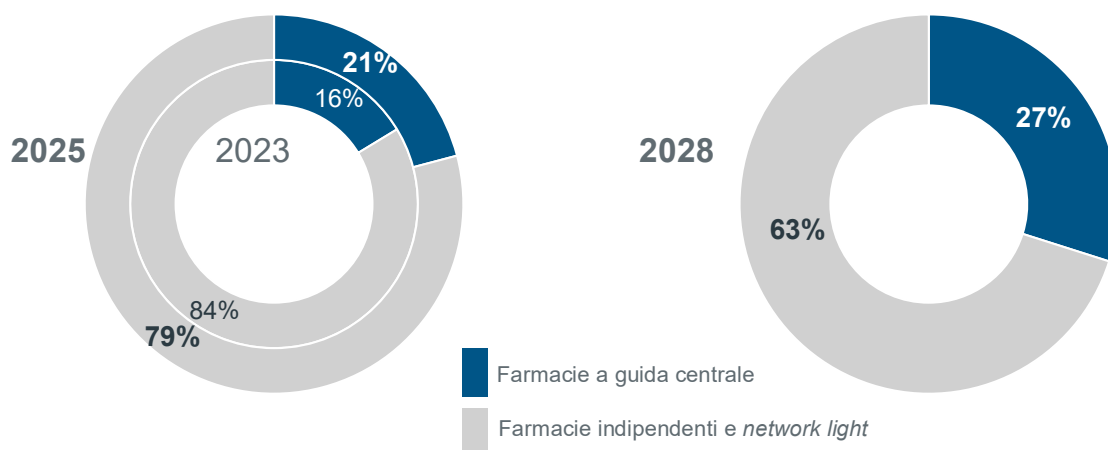
IQVIA

5

Figura 6

Farmacie indipendenti, *network* e catene

Le farmacie a guida centrale rappresentano il 21% in numerica e raggiungeranno il 27% nel 2028. Indipendenti calate del 6% in 2 anni



Based on information licensed from IQVIA

© 2025. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries

IQVIA

6

Figura 7

Nel frattempo, anche gli attori di settori contigui stanno aumentando la loro presenza nell'ambito della Distribuzione farmaceutica, con un aumento delle **forme aggregative di parafarmacie e di corner GDO** rispettivamente del **+17 per cento** e del **+5 per cento in numerica rispetto al 2023** e l'ingresso di realtà di settori assimilabili sia nel commercio "fisico", sia in quello *on line*.

E-COMMERCE (ANCORA) IN CRESCITA

Parlando di *on line*, tale comparto risulta sempre in forte aumento in Italia, con **una crescita del +9,2 per cento nel progressivo ad agosto 2025**, raggiungendo un **valore totale di 730 milioni di euro**. Sul mercato *on line* l'80 per cento delle vendite è costituito da **integratori e notificati** in aggiunta all'**igiene e bellezza**. Tutti i comparti di prodotto beneficiano della crescita di canale, in particolare il comparto dell'**autocura**, che rappresenta comunque una quota limitata del commercio digitale, forse proprio per le caratteristiche di acquisto di tali prodotti, meno programmabili. **(Figura 8)**

Trattando del mercato *on line* non si può fare a meno

di dare uno sguardo anche alle vendite di prodotti farmaceutici di Amazon. In particolare, a livello europeo nel settore salute e benessere, il dato 2024 posiziona **la quota di mercato di Amazon tra il 14 per cento e il 41 per cento, a seconda del Paese, rispetto al canale della farmacia *on line***; va tenuto conto del fatto che su Amazon è presente e venduto un assortimento di prodotti/formati diverso in alcuni casi rispetto a quelli venduti in farmacia o nel canale *on line* e quindi considerando anche quelli l'incidenza delle vendite Amazon sarebbe più rilevante.

CONCLUSIONI

Il mercato farmaceutico è in piena evoluzione. Le farmacie, i Distributori e i produttori devono affrontare sfide complesse, ma anche cogliere grandi opportunità: *in primis* innovare per rispondere alle nuove esigenze terapeutiche, investire nel digitale per migliorare l'esperienza del cliente ed adottare modelli sostenibili per costruire fiducia e valore.

Il futuro della salute è già iniziato. E sarà sempre più vicino alle persone, alle loro esigenze e ai loro stili di vita. ●

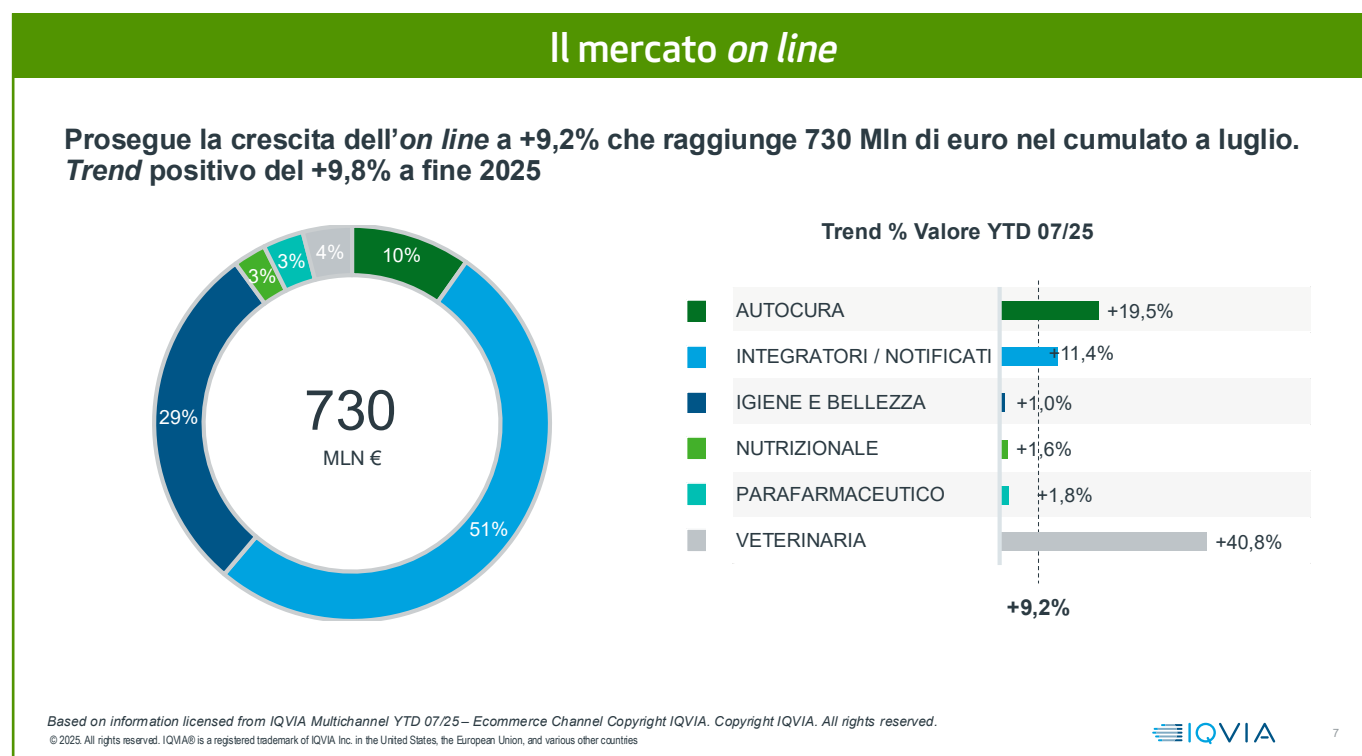


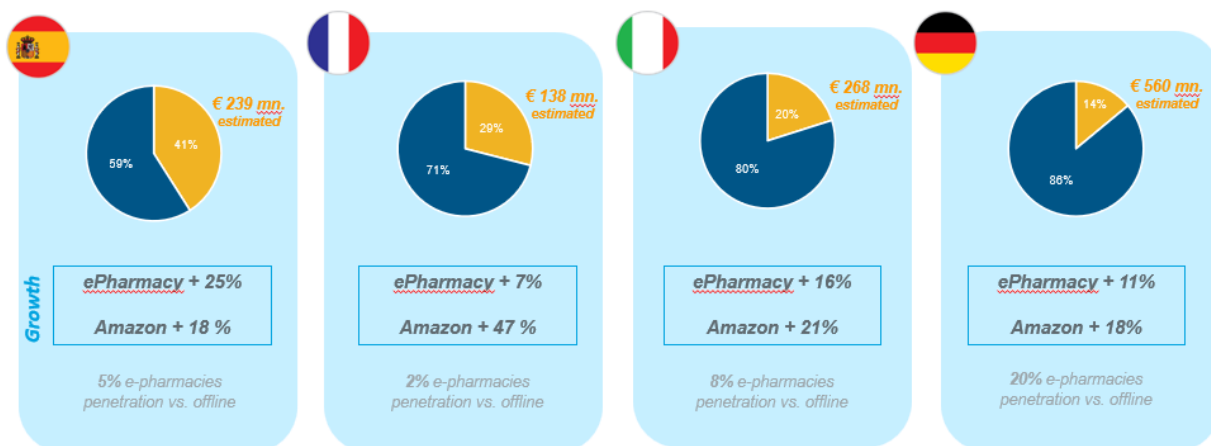
Figura 8

Il mercato *on line* - Amazon

Sulla base della classificazione IQVIA dei prodotti commerciali, la *market share* stimata di Amazon vs l'*on line* varia tra il 14% e il 41%

Amazon sales penetration vs. e-pharmacy by country 2024 (PUB €)

Amazon
E-pharmacies



Source: IQVIA e-pharmacies information and IQVIA marketplaces research.
Consumer Health Online (eCommerce) (includes OTC, PEC, PAC, NTR)
IQVIA White Paper | The rise of e-commerce in the Health and Wellbeing market | March 2025

IQVIA

8

Figura 9

