



FEDERCHIMICA
ASSOSALUTE

Associazione nazionale farmaci di automedicazione

NOTA STAMPA

FARMACI DI AUTOMEDICAZIONE: UN TIEPIDO 2019

Dopo un buon 2018, i fatturati restano stabili.

Si confermano i trend di lungo periodo e le dinamiche competitive tra i canali di vendita

Milano, 4 febbraio 2020 – I farmaci col bollino rosso confermano le previsioni e il 2019 si chiude registrando un andamento delle vendite in linea con i trend di lungo periodo.

Secondo le elaborazioni di **ASSOSALUTE** (Associazione nazionale farmaci di automedicazione, che fa parte di Federchimica) su dati IQVIA, i **fatturati**, pari a quasi **2,5 miliardi di euro**, sono **sostanzialmente stabili** pur con un segno negativo (**-0,2%**) mentre i **consumi** - poco più di **266 milioni di confezioni** – **registrano una sensibile contrazione rispetto al 2018 (-3,3%)**.

La ragione del sensibile calo del numero di confezioni vendute nel 2019 è da ricercare nella minore incidenza delle sindromi influenzali e da raffreddamento della stagione influenzale 2018/2019 rispetto a quanto registrato nella stagione precedente 2017/2018.

L'andamento dei consumi conferma, quindi, come i **trend** del mercato dei farmaci senza obbligo di prescrizione siano comunque strettamente **collegati**, sul breve periodo, alla stagionalità e quanto, più in generale, siano determinati dalla **comparsa di specifici disturbi**, mentre la spesa beneficia della **variazione del mix di consumo verso nuovi prodotti e nuove confezioni**.

Nonostante il mercato rilevi segnali di innovazione in termini di diversificazione dell'offerta e lanci di nuovi prodotti, risente però strutturalmente sia della **diversa propensione alla spesa out of pocket tra il Nord e il Sud del Paese**, sia della mancanza **dell'allargamento dell'offerta a nuove aree terapeutiche e a principi attivi non ancora disponibili come farmaci OTC in Italia**, a differenza di quanto avviene in molti altri Paesi europei.

“Anche se il 2019 ha registrato un sensibile calo delle vendite rispetto all'anno precedente, condizionata dalla minore incidenza dei malanni di stagione, il settore italiano dei farmaci senza obbligo di ricetta rende merito alle aziende del comparto che investono quotidianamente nell'innovazione dei dosaggi e delle formulazioni per migliorare costantemente il profilo di efficacia e sicurezza che caratterizza i farmaci di automedicazione” commenta **Maurizio Chirieleison**,



Presidente di ASSOSALUTE. *“I medicinali da banco sostengono la salute dei singoli e possono dare un contributo importante anche alla ridefinizione della governance farmaceutica e alla sostenibilità del Servizio Sanitario Nazionale. Per questo resta fondamentale un allineamento del mercato dell’automedicazione italiano a quello europeo – continua Chirieleison – che permetterebbe, insieme ad azioni condivise di informazione ed educazione, a una corretta gestione della crescente autonomia in tema di salute e benessere di liberare risorse pubbliche. Ciò implica la valorizzazione economica, sociale e industriale del settore e delle caratteristiche distintive dei farmaci OTC rispetto agli altri prodotti per la salute presenti sul banco del farmacista, ma che farmaci non sono”.*

I prodotti notificati a connotazione farmaceutica

La contrazione dei consumi sul lungo periodo evidenzia anche gli **effetti della concorrenza** dei prodotti notificati a connotazione farmaceutica (integratori, erboristici, omeopatici, etc.), spesso confusi con i farmaci da banco. Tali prodotti erodono quote di mercato ai farmaci senza obbligo di prescrizione grazie a un trend di crescita ormai consolidato e che si conferma anche nel 2019: +1,0% e +2,9% rispettivamente l’aumento dei consumi (per oltre 293 milioni di confezioni) e dei fatturati (per un giro d'affari complessivo di 4,3 miliardi di euro).

OTC e SOP

Guardando alle vendite delle due categorie in cui è suddivisa la classe dei farmaci senza obbligo di ricetta, quali le specialità di automedicazione o **OTC** (Over The Counter) e i farmaci SOP, si osservano, in linea con una bassa incidenza stagionale dell’influenza, trend simili a volumi ma migliori per gli OTC a valori: **i consumi** registrano una contrazione del -3,1% per gli OTC mentre per i SOP è pari al -3,7%. **I fatturati** presentano, invece, un **andamento decisamente differente tra le due categorie: gli OTC** fanno registrare un **+0,2%**; **i SOP** mostrano una sensibile contrazione del **-1,5%**.

I canali di vendita

Si consolidano le dinamiche competitive tra i diversi canali di vendita: **la farmacia detiene una quota di mercato pari al 90,7% a volumi e al 91,9% a valori.** Aumenta lievemente la quota di mercato a favore delle parafarmacie che cumulano una quota di mercato del 6,1% a volumi e del 5,8% a valori (era del 5,9% e del 5,3% rispettivamente nel 2018). Stabili le quote per i corner della GDO 3,2% e 2,3% rispettivamente a volumi e a valori.