

## IL SELL-OUT MERCATO FARMACIE ITALIANE: ANNO 2015 **PREMESSA METODOLOGICA**

a cura di NEW LINE RICERCHE di MERCATO – Gennaio 2016

New Line Ricerche di Mercato svolge analisi basate sulla rilevazione delle vendite nelle farmacie italiane studiandone in profondità le dinamiche.

La società collabora **da oltre 25 anni** con migliaia di farmacie italiane e con le più importanti aziende farmaceutiche.

Per l'analisi, sono stati processati i dati delle vendite rilevate su un campione di oltre 5.400 farmacie, statisticamente rappresentativo del mercato italiano. I valori nei grafici indicano la vendita media ponderata per farmacia.



### **New Line Ricerche di Mercato srl**

via Riccardo Lombardi 19/10  
20153 Milano | T +39 02 39198020  
F +39 02 48929153 | R.E.A. Mi  
n.2027224 - cap. soc. inter.  
vers. € 20.000,00 reg. imprese  
di mi, C.F. - P.IVA 08451700960  
[newl.it](http://newl.it)

### **Relazioni con la stampa:**

Barbara Moi  
[moi@newl.it](mailto:moi@newl.it)



IL SELL-OUT DEL MERCATO FARMACIE ITALIANE:  
ANNO 2015  
**SCHEDE TECNICHE DI DETTAGLIO**

## **IL SELL-OUT DELLE FARMACIE ITALIANE:**

**ANNO 2015**

a cura di NEW LINE RICERCHE di MERCATO – Gennaio 2016

**Il dato consolidato di fine anno, elaborato da New Line Ricerche di Mercato, rivela un mercato della farmacia che nei dodici mesi del 2015 ha mostrato una leggera crescita rispetto a quanto realizzato nel 2014. Il risultato complessivo, caratterizzato da un +1,5% a fatturato ed un +1% a pezzi, è la risultante dei trend registrati nei singoli trimestri del 2015 che, per quanto tutti positivi, sono stati caratterizzati da andamenti differenti.**

**Nei dodici mesi del 2015 il mercato del farmaco etico ha registrato trend del +0,2% a valori e del +0,4% a volumi, ottenendo quindi risultati complessivamente allineati a quelli del 2014.**

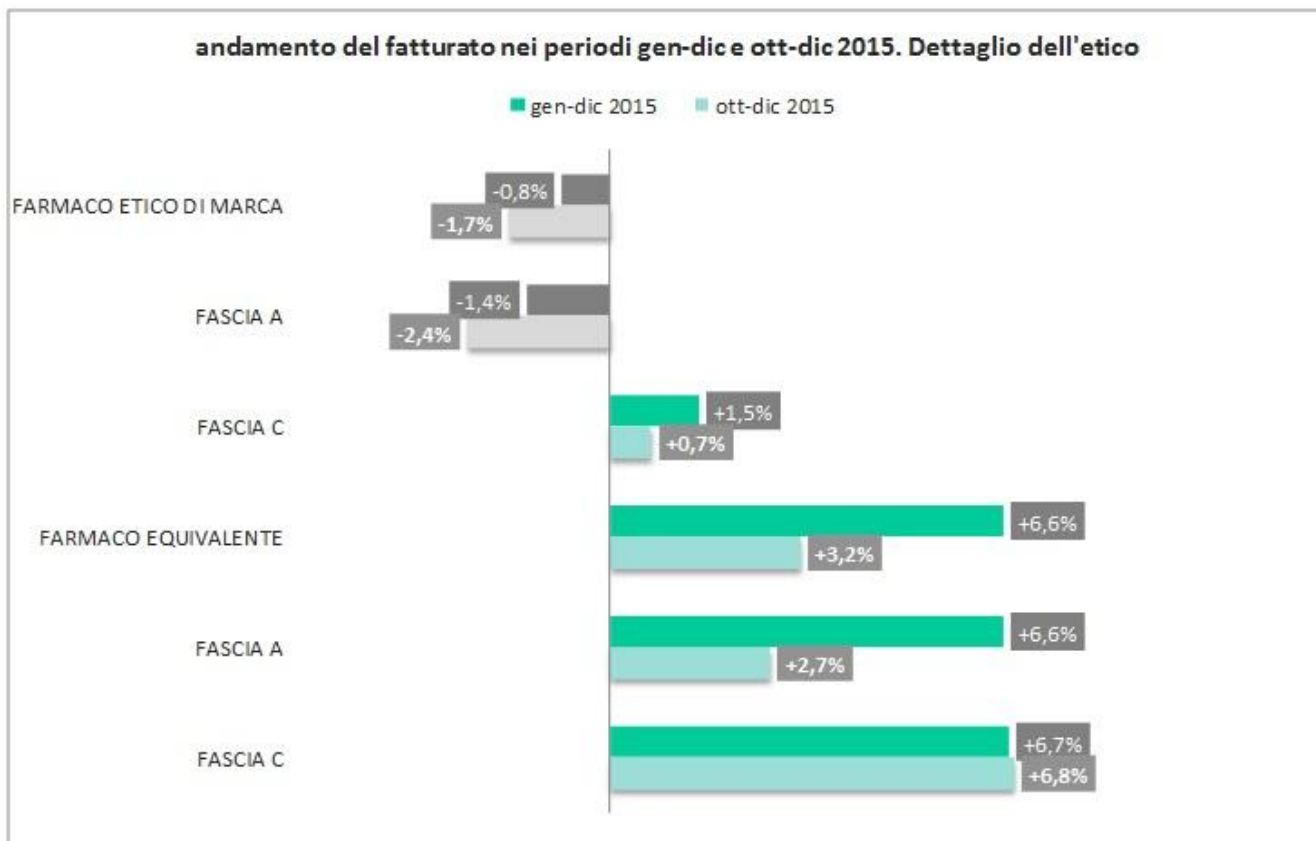
**Sia nei dodici mesi del 2015 che nell'ultimo trimestre dell'anno l'ambito del mercato della farmacia che ha ottenuto le migliori performance è stato quello maggiormente commerciale.**

## I Andamento generale

Il dato consolidato di fine anno, elaborato da New Line Ricerche di Mercato, rivela un mercato della farmacia che nei dodici mesi del 2015 ha mostrato una leggera crescita rispetto a quanto realizzato nel 2014. Il risultato complessivo, caratterizzato da un +1,5% a fatturato ed un +1% a pezzi, è la risultante dei trend registrati nei singoli trimestri del 2015 che, per quanto tutti positivi, sono stati caratterizzati da andamenti differenti. Il maggior contributo alla crescita viene sicuramente dal primo trimestre dell'anno (+2,8% a valori e +3,3% a volumi), nel quale la domanda di farmaco e parafarmaco legata alle patologie invernali era cresciuta notevolmente rispetto al 2014. Il secondo e terzo trimestre mostrano trend positivi e tra loro allineati, che si assestano intorno ad un +1,3% a fatturato (a fronte di un +0,7% a pezzi nel secondo quarter ed un +0,1% nel terzo), mentre il periodo ottobre-dicembre 2015 è quello dai risultati tendenzialmente stabili rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (+0,5% a fatturato e assoluta stabilità a pezzi). Nei dodici mesi del 2015 il mercato del farmaco etico ha registrato trend del +0,2% a valori e del +0,4% a volumi, ottenendo quindi risultati complessivamente allineati a quelli del 2014, per quanto nel corso dell'anno si siano registrati risultati differenti, in particolare caratterizzati da buone performance soprattutto nei primi sei mesi dell'anno.

## I Andamento generale

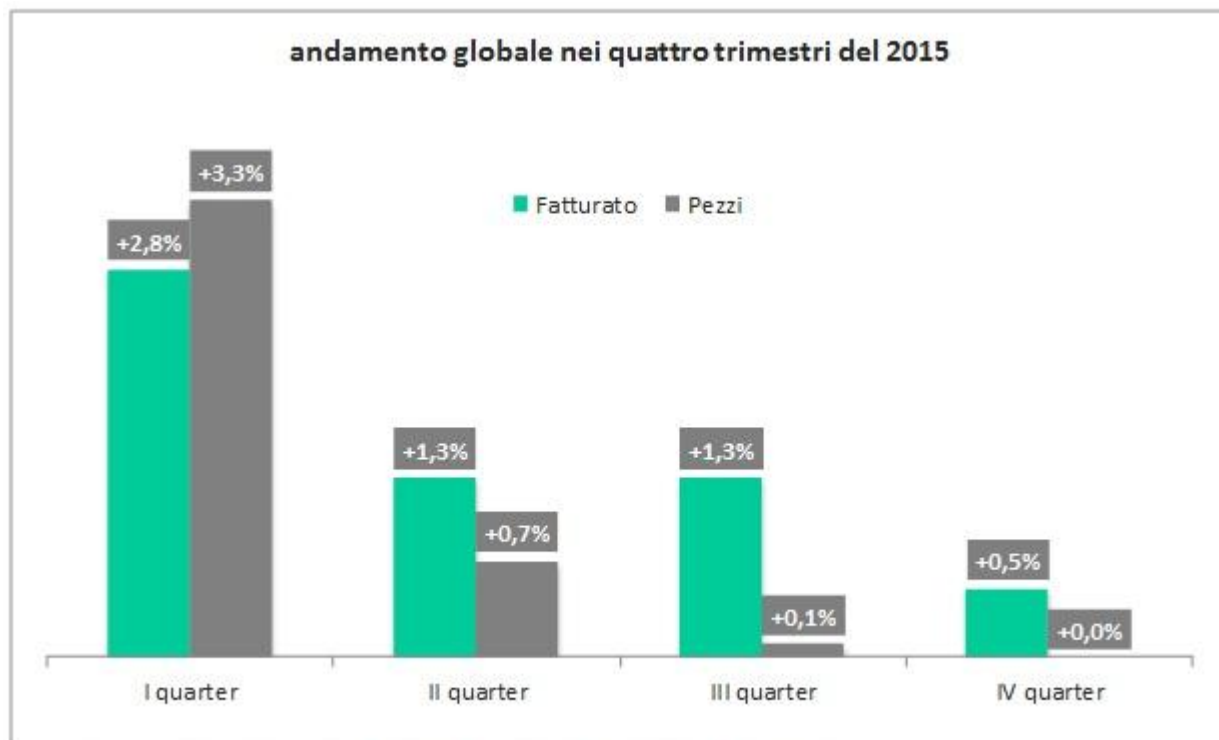
L'ambito commerciale, qui inteso come tutto ciò che viene venduto in farmacia senza obbligo di ricetta (quindi SOP, OTC e parafarmaco), ha realizzato nel 2015 risultati migliori rispetto al farmaco etico ottenendo un +3,6% a valori ed un +2% a volumi e mantenendosi in linea con quanto registrato nei periodi precedenti.



Campione New Line pesato a Totale Italia | gen - dic 2015 | dati medi per farmacia

## I trimestri

Guardando nel dettaglio al trimestre ottobre-dicembre 2015 si osservano risultati inferiori rispetto a quelli dei dodici mesi. Il mercato globale della farmacia ha fatto registrare nel periodo un +0,5% a fatturato ed una totale stabilità a pezzi, andamenti determinati dalle opposte performance dell'ambito etico e di quello commerciale. Il primo, per quanto avesse cominciato il 2015 con trend positivi, ha concluso l'anno con un -1% a fatturato ed un -0,3% a pezzi. Il secondo, al contrario, si è mantenuto in crescita a valori (+2,8%), così come fatto durante tutto l'anno, ed ha ottenuto risultati sostanzialmente stabili a volumi (+0,4%).



*Campione New Line pesato a Totale Italia | gen - dic 2015 | dati medi per farmacia*

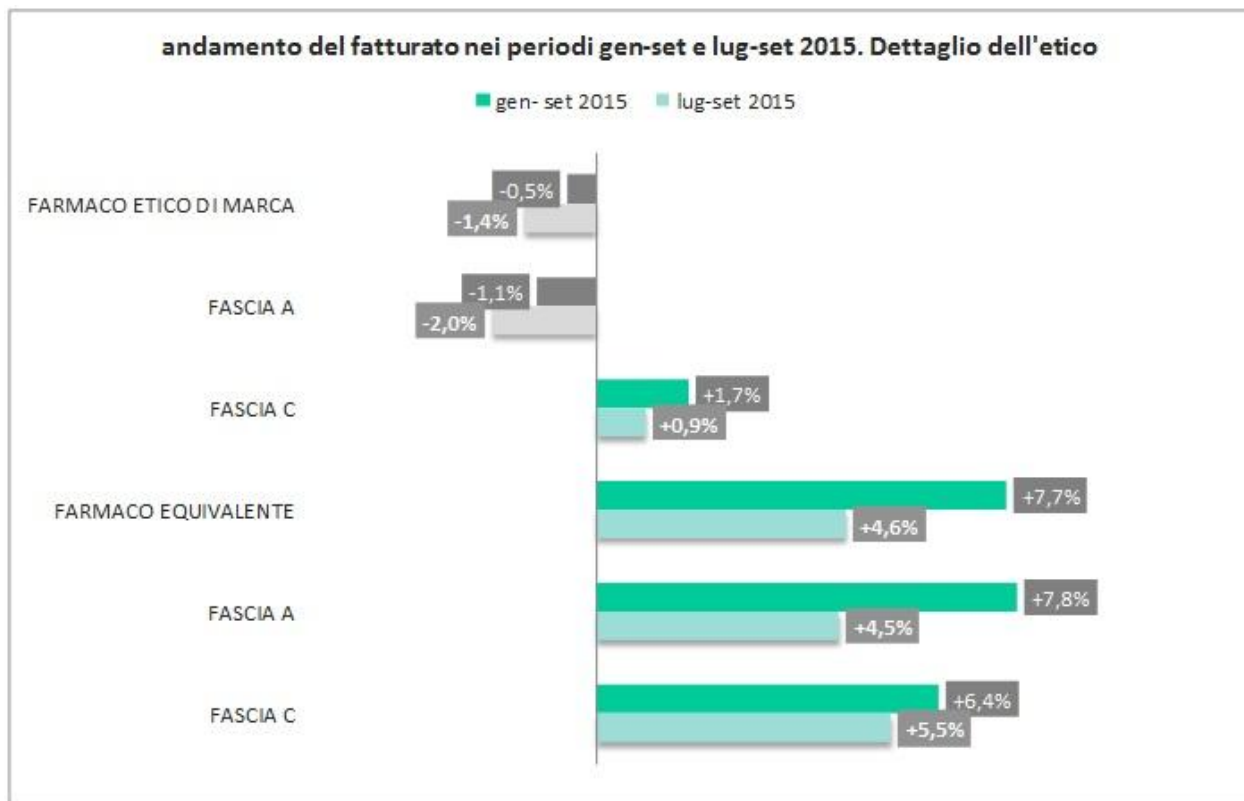
## I L'ambito etico

Anche il 2015 è stato caratterizzato dagli opposti andamenti del farmaco etico di marca e di quello equivalente. Il primo ha registrato un leggero calo del -0,8% a valori e del -0,9% a volumi mentre il secondo è cresciuto del 6,6% a valori e del 4,9% a volumi.

Il farmaco mutuabile registra, nell'ambito del farmaco di marca, una perdita -1,4% a fatturato ed un calo più contenuto a pezzi (-0,6%); risultati invece in totale controtendenza quando si considera il farmaco generico di fascia A che cresce del 6,6% a valori e del 5,2% a volumi. Anche il farmaco di fascia C mostra dinamiche differenti tra farmaco branded e unbranded. I prodotti di marca hanno ottenuto una crescita dell'1,5% a valori ed un calo del -2,2% a volumi mentre i generici della stessa categoria sono cresciuti del 6,7% a valori e del 2,7% a volumi.

Nel quarto trimestre dell'anno l'andamento del farmaco etico è sostanzialmente allineato a quanto appena osservato per l'anno nel suo insieme, con la sola differenza dovuta ai trend leggermente peggiori registrati nel periodo ottobre-dicembre. Nel trimestre considerato anche le dinamiche relative tra farmaco di marca (sia di fascia A che di fascia C) e farmaco equivalente sono le stesse dell'anno. In particolare si osserva un maggiore calo del farmaco branded, che nel complesso si riduce del -1,7% a fatturato e del -1,6% a pezzi, e una minore crescita del farmaco generico, che guadagna il 3,2% a fatturato ed il 4,1% a pezzi. Così come avvenuto anche nei precedenti trimestri dell'anno è soprattutto nei prodotti di fascia A che si registrano performance minori rispetto a quelle del periodo cumulato: -2,4% a fatturato e -1,3% a pezzi nel farmaco di marca e +2,7% a fatturato e +4,2% a pezzi nel farmaco equivalente. I farmaci di fascia C, invece, realizzano risultati maggiormente in linea con quelli dei dodici mesi: +0,7% a valori e -3,3% a volumi nel farmaco di marca, +6,8% a fatturato e +2,8% a pezzi nell'ambito del generico.

| L'ambito etico



Campione New Line pesato a Totale Italia | settembre 2015 | dati medi per farmacia



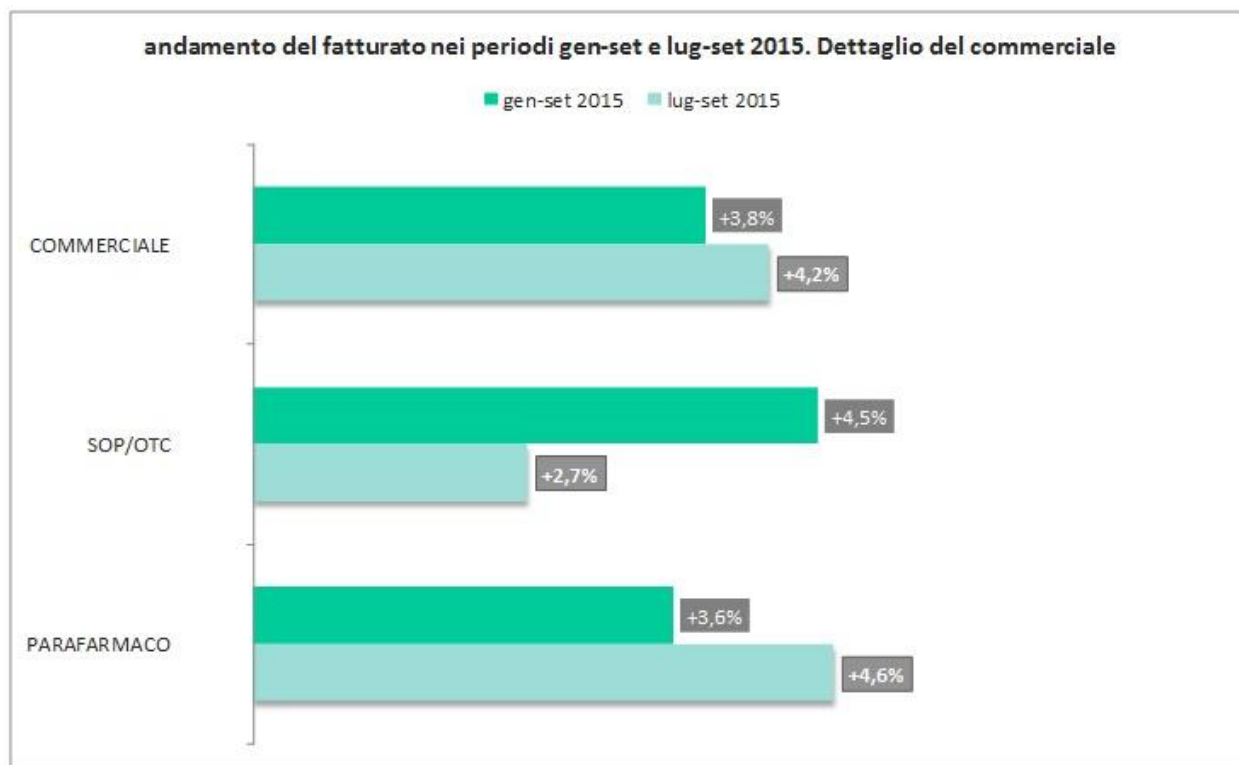
## I L'ambito commerciale

Sia nei dodici mesi del 2015 che nell'ultimo trimestre dell'anno l'ambito del mercato della farmacia che ha ottenuto le migliori performance è stato quello maggiormente commerciale. Nei dodici mesi l'incremento a fatturato è stato determinato sia dai buoni risultati dei prodotti SOP e OTC, che hanno registrato nel periodo una crescita del +3,6%, che da quelli del parafarmaco, in aumento del 3,5%. L'incremento a volumi, invece, è da imputare principalmente a quanto realizzato in questo secondo ambito, in crescita del 2,7% nei dodici mesi. I farmaci senza obbligo di ricetta, infatti, hanno si sono rivelati sostanzialmente stabili in termini di volumi di vendita (+0,4%).

Anche nel trimestre ottobre-dicembre la crescita a fatturato è stata determinata sia dalla spinta positiva dei farmaci senza obbligo di ricetta, cresciuti dell'1,7%, che dai risultati del parafarmaco, il cui trend è stato del +3,2%. A volumi, la generale stabilità osservata (+0,4%) è la risultante di performance in leggera perdita per SOP e OTC (-2-2%) ed in moderata crescita per il parafarmaco (+1,6%).

Quanto si osserva nell'anno è la risultante di dinamiche stagionali che hanno talvolta premiato i prodotti SOP e OTC (soprattutto nel primo quarter del 2015, con la larga diffusione della patologia influenzale) e talvolta, in misura maggiore, quelli appartenenti al mondo del Parafarmaco, come avvenuto nel trimestre estivo, le cui condizioni climatiche particolari hanno aumentato la domanda di prodotti appartenenti a questo mercato.

## | L'ambito commerciale



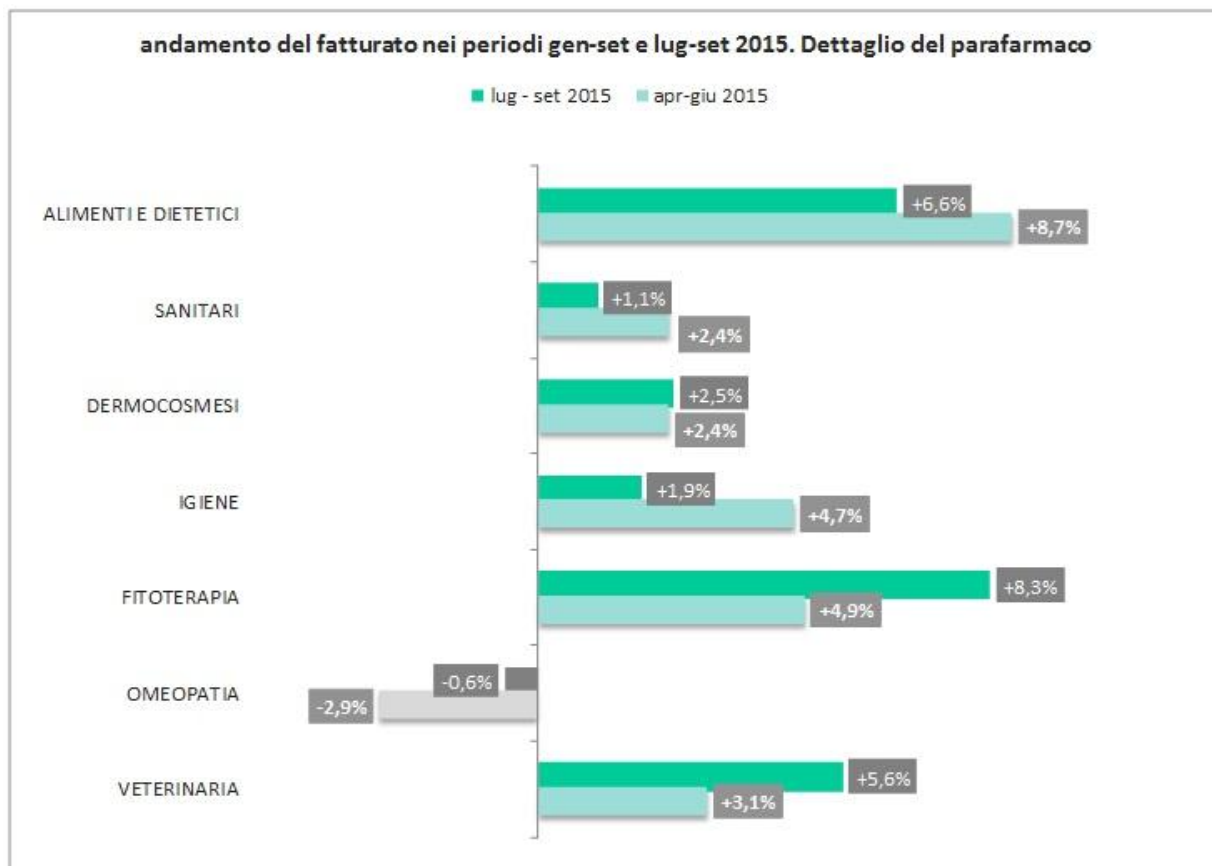
Campione New Line pesato a Totale Italia | settembre 2015 | dati medi per farmacia

## I Il Parafarmaco

I risultati che si osservano andando a considerare, nel dettaglio, i singoli comparti del parafarmaco sono differenti a seconda dell'ambito analizzato, per quanto generalmente positivi. Le performance più interessanti a livello di trend sono quelle degli alimenti dietetici, che realizzano un +6,1% a fatturato ed un +2,7% a pezzi; quelle dei prodotti fitoterapici, che anche nel 2015 hanno registrato un'ottima crescita (+7,8% a fatturato e +6% a pezzi) e quelli della veterinaria, ambito ormai non più così marginale all'interno dell'attività della farmacia, in aumento del 4,8% a valori e del 3,8% a volumi. Il mercato della dermocosmetica è cresciuto nel 2015 del 2,9% a valori ed ha registrato risultati ancora migliori a volumi, ottenendo un incremento del 4,2%. I rimanenti comparti sono quelli dei sanitari, che registra un +1,5% a fatturato ed una crescita del 3% a pezzi; l'igiene, con una performance abbastanza allineata a fatturato (+1,9%) e a pezzi (+1,6%), ed infine l'omeopatia con gli unici segni negativi del mondo Parafarmaco (-1% a valori e -3% a volumi).

Nell'ultimo quarter del 2015 tutti i comparti del parafarmaco, con l'eccezione dell'omeopatia (-2,8% a valori e -5% a volumi), hanno registrato trend positivi. Alcuni mercati hanno realizzato nel trimestre performance migliori di quelle ottenute nell'anno, come nel caso della dermocosmetica (+3,8% a valori e +3% a volumi) e dei sanitari (+2,1% a valori e +1,7% a volumi). Negli altri casi la crescita nel trimestre è stata percentualmente inferiore rispetto a quanto ottenuto complessivamente nell'anno, anche se generalmente sempre dello stesso ordine di grandezza. Gli alimenti dietetici hanno guadagnato un +5% a fatturato ed un +1,9% a pezzi, l'igiene un +1,6% a fatturato ed un +0,9% a pezzi e la fitoterapia è cresciuta a valori del 6% e a volumi del 4%. Solo nella veterinaria le performance del trimestre non sono state allineate, in termini di livelli di crescita, a quelle dei dodici mesi: il trend a valori è stato, infatti, del +1,3% contro il +4,8% dell'anno e quello a volumi del +0,4% contro il +3,8%.

## Il Parafarmaco



*Campione New Line pesato a Totale Italia | settembre 2015 | dati medi per farmacia*