

Un panorama STABILE

Prima parte del consuntivo 2019 sul giro d'affari della farmacia. Prosegue il calo dei volumi, tiene il fatturato

I dati complessivi della farmacia relativi all'anno 2019 mostrano un canale che, avendo sviluppato un giro di affari complessivo di 24,97 miliardi di euro, si è mantenuto stabile rispetto al 2018 ma che, allo stesso tempo, ha sofferto di un calo delle confezioni vendute pari all'1,9 per cento.

Il trend dei volumi segue in realtà la dinamica negativa che ha caratterizzato gli ultimi anni: dal 2015 a oggi si è infatti passati da 2,58 a 2,48 miliardi di confezioni complessivamente vendute in farmacia. In particolare nel 2019 è il farmaco

Etico che mostra una rilevante contrazione a volumi (-2,2 per cento), a fronte di un calo più contenuto a valori (-0,5) mentre il Commerciale registra una leggera crescita a fatturato (+0,6) accompagnata da un calo a confezioni dell'1,4 per cento (grafico 1).

Per comprendere al meglio questi risultati è importante sia considerare le dinamiche di lungo periodo delle due principali categorie della farmacia, sia analizzare l'andamento degli ingressi medi mensili, in modo da poter capire le dinamiche in atto e riflettere sulle possibilità che il canale ha per affrontare l'attuale scenario.

DINAMICHE DI LUNGO PERIODO

Il farmaco Etico e il Commerciale si spartiscono il giro d'affari complessivo della farmacia, rappresentandone nel 2019 rispettivamente il 60,4 e il 39,6 per cento a volumi e il 57,5 e 42,5 a valori. Entrambi i comparti mostrano una contrazione a confezioni, mentre per quanto riguarda il fatturato la crescita del Commerciale riesce a compensare la flessione registrata dal Farmaco su prescrizione.

È interessante osservare come la quota a confezioni di Etico e Commerciale rimanga tendenzialmente stabile negli anni (il peso dell'Etico va dal 60,9 per cento del 2012 al 60,4 del 2019), mentre a fatturato si nota chiaramente un'erosione dell'Etico a favore del Commerciale, che nell'arco di sette anni guadagna cinque punti di quota, passando dal 37,7 per cento nel 2012 al 42,5 nel 2019. Fattore determinante è la diminuzione del valore della prescrizione, che ha perso lo 0,7 per cento rispetto al 2012 (grafico 2), dovuta alla crescita delle vendite del farmaco Generico. Quest'ultimo non solo è caratterizzato da un prezzo medio inferiore, ma esercita allo stesso tempo una pressione competitiva al ribasso sui prezzi del farmaco di marca, da cui deriva una riduzione del 6 per cento del prezzo medio farmaco Etico nel suo insieme, portando ad un risparmio equivalente per il Sistema sanitario nazionale.

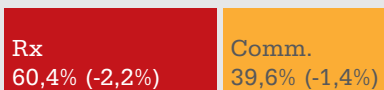
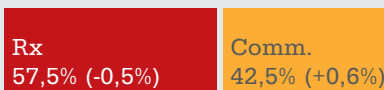
Grafico 1 IL MERCATO DELLA FARMACIA NEL 2019: GLOBALE, ETICO E COMMERCIALE



24,97 MLD €
fatturato
complessivo
2019 della
Farmacia italiana



2,48 MLD
confezioni
totali vendute nel
2019 dalla
Farmacia italiana

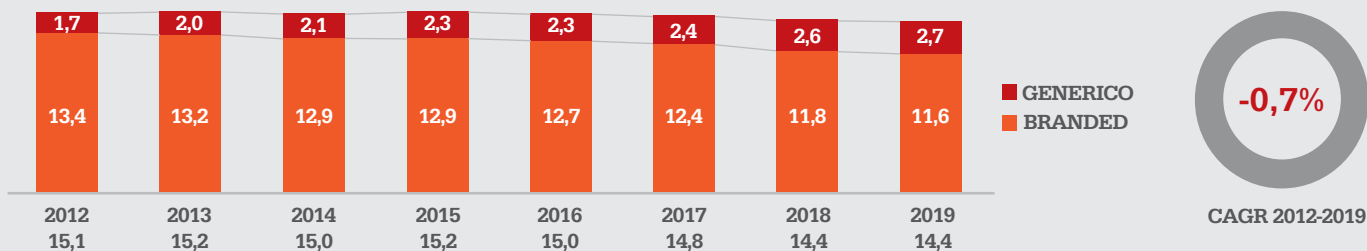


Fonte: New Line Ricerche di Mercato

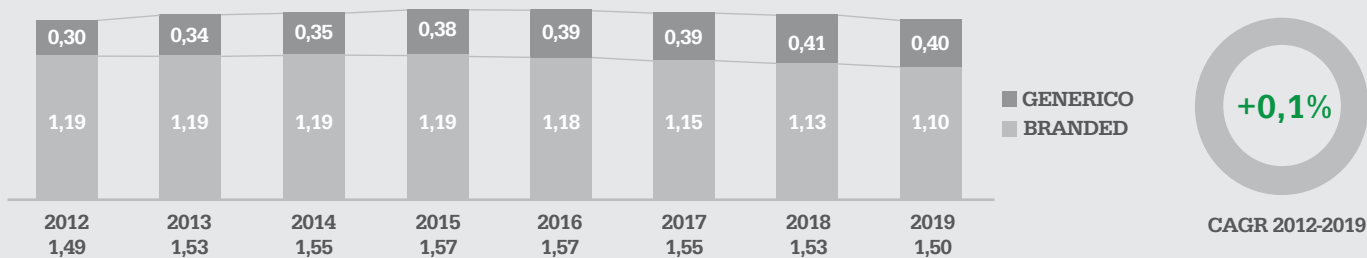


Grafico 2 FATTURATO E CONFEZIONI DEL FARMACO ETICO NEL LUNGO PERIODO

VALORI Mld €



CONFEZIONI Mld



Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Spostando ora l'attenzione sui volumi di vendita si osservano dinamiche differenti: a confezioni il trend di lungo periodo risulta infatti stabile (*grafico 2*), anche se nel corso degli anni si è assistito a una crescita dal 2012 al 2015 a cui è seguita una riduzione dello stesso ammontare tra il 2016 e il 2019. Il calo delle confezioni vendute di farmaco Etico non è però l'indicazione di una diminuzione della domanda - fenomeno non in linea con le dinamiche demografiche della popolazione italiana - ma è dovuto al fatto che negli ultimi anni è aumentata la vendita di confezioni contenenti un maggior numero di unità dose; prassi che comporta, a fronte dello stesso consumo, un minor volume di vendite.

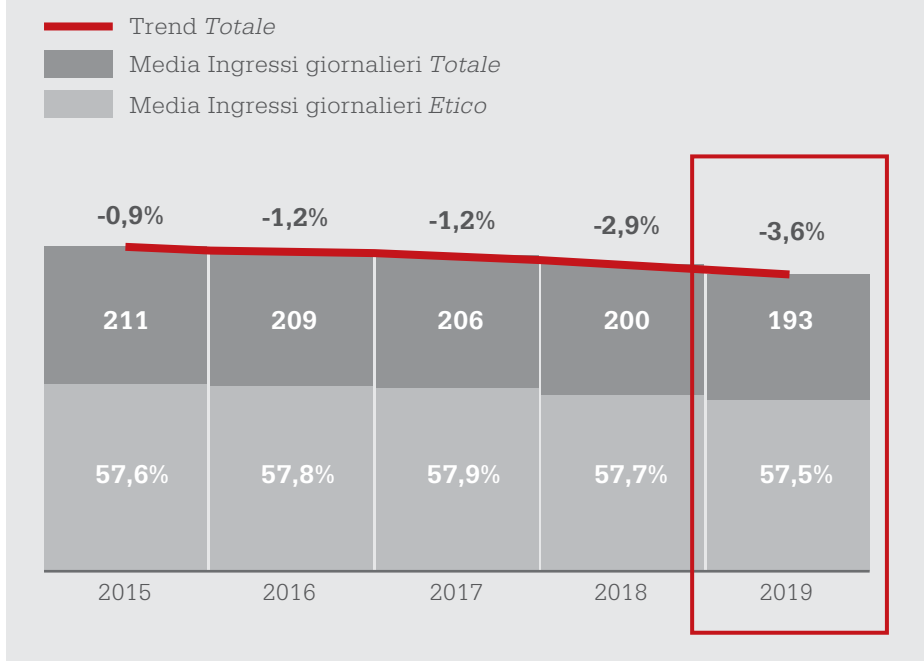
DINAMICHE DEGLI INGRESSI

L'andamento degli ingressi medi per farmacia conferma la tendenza osservata degli ultimi anni: nel 2019 continua il trend negativo degli ingressi medi per punto vendita, sia mensili (-2,6 per cento) sia giornalieri (-3,6), con un impatto non certo irrilevante, in quanto comporta una riduzione di 18 persone al giorno in farmacia in soli cinque anni (*grafico 3*).

Se da un lato il calo degli scontrini per punto vendita è fisiologico per l'incremento del numero di farmacie presenti sul territorio nazionale - circa 700 punti vendita negli ultimi due anni - dall'altro il tema del minor traffico è dovuto principalmente ad altri importanti fattori

**IL CALO DELLE
CONFEZIONI
VENDUTE DI
FARMACI ETICI
È DOVUTO NON
A UNA FLESSIONE
DELLA DOMANDA
MA AL FATTO CHE
SONO AUMENTATE
LE UNITÀ DOSE
PER CONFEZIONE**

Grafico 3 DINAMICA DEGLI INGRESSI MEDI GIORNALIERI



Fonte: New Line Ricerche di Mercato

Tabella 1 ANALISI SCONTRINI MEDI MENSILI

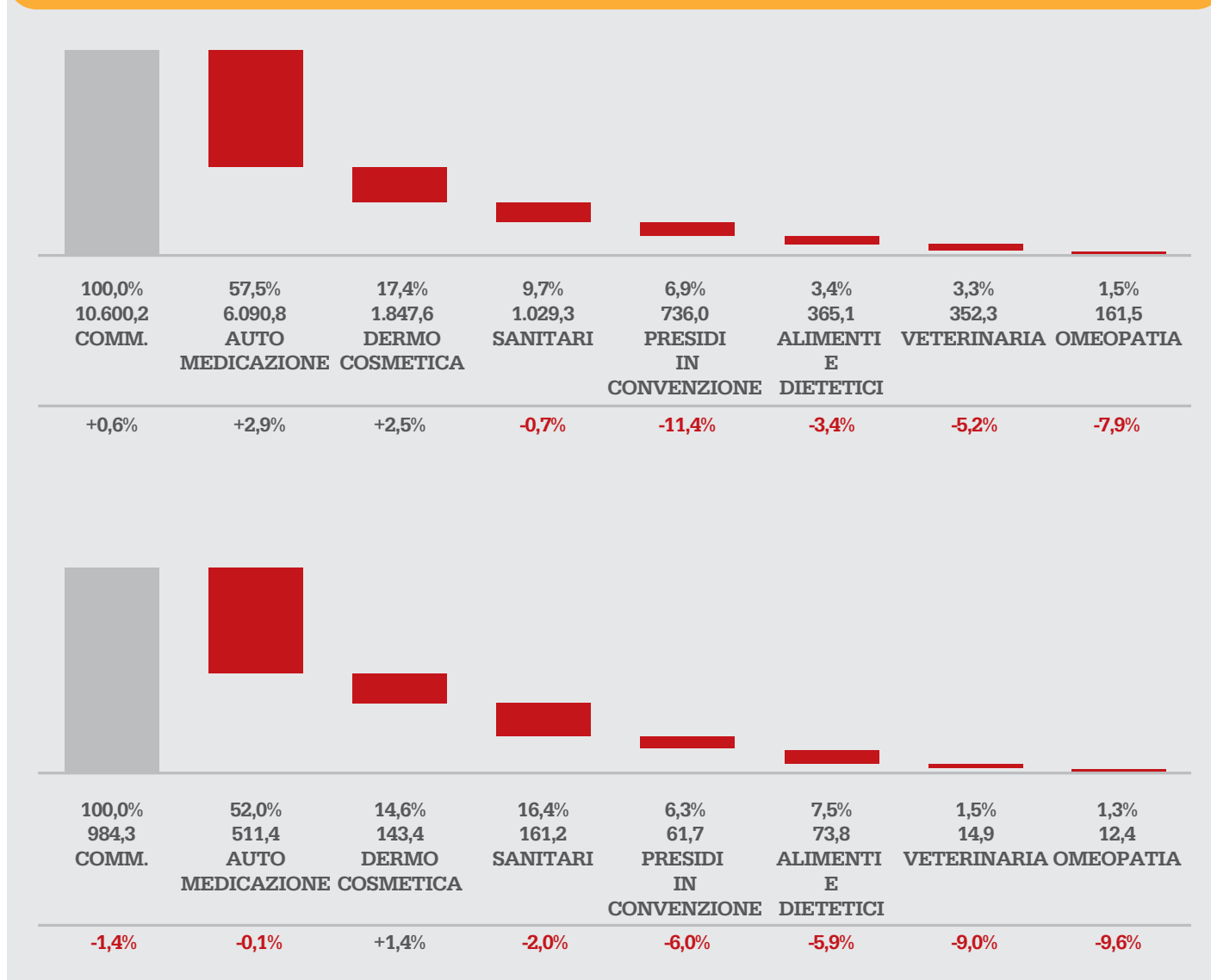
MEDIA MENSILE	gen-dic 2019	2018	2017	2016
N° medio scontrini per mese	4.931	5.062	5.172	5.255
Δ %	-2,6%	-2,1%	-1,6%	-0,3%
€ medi per scontrino	25,29	24,74	24,97	24,57
Δ %	+2,2%	-0,9%	+1,6%	+0,1%
Pezzi medi per scontrino	2,52	2,52	2,52	2,51
Δ %	+0,1%	+0,0%	+0,3%	-0,2%

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

esogeni, per esempio il prolungamento del periodo di approvvigionamento dei farmaci cronici legato, come descritto precedentemente, alla maggiore diffusione di confezioni di farmaco Etico con più unità dose. Altri fattori da tenere in considerazione sono la necessità di contenimento della spesa sanitaria, che ha portato a un aumento della dispensazione diretta di farmaci e presidi, la maggiore competizione con la grande distribuzione organizzata e le parafarmacie e, infine, la diffusione della vendita online anche nel mondo della farmacia.

Non cambia invece la dinamica tipo dell'ingresso medio: il numero di pezzi e il fatturato generato per singolo scontrino rimane sostanzialmente stabile nel tempo, così come la quota di ingressi per l'acquisto di farmaco Etico (*grafico 3*).

Per contrastare il calo degli ingressi è importante individuare e analizzare le categorie di traffico, in quanto oggi la prescrizione del medico non può più essere la principale leva di traffico, data la forte erosione che ha subito negli anni. È perciò importante guardare alle persone che afferiscono al bacino di utenza della farmacia per capire quali siano i bisogni specifici per i quali possono avere la necessità di entrare nel punto vendita, sia in ottica di salute che di benessere o prevenzione. Comunicare all'esterno un'alta specializzazione e la

Grafico 4 L'AMBITO COMMERCIALE IN FARMACIA NEL 2019

Fonte: New Line Ricerche di Mercato

possibilità di rispondere in maniera professionale ai bisogni specifici delle persone - non solo di quelle che sono entrate ma anche di quelle che ancora non lo hanno fatto, può diventare un'importante strategia per affrontare lo scenario attuale - avendo presente come la farmacia, con la specificità del suo servizio, sia ancora un punto di riferimento importante per la popolazione.

IN CONCLUSIONE

Nell'ambito di questa prima analisi sui risultati del 2019 in farmacia è opportuno dare uno sguardo alle dinamiche delle

varie categorie che costituiscono il Commerciale, dove solamente la Dermocosmetica mostra trend positivi sia a fatturato sia a confezioni.

L'Automedicazione, che rappresenta oltre la metà del comparto, mostra una crescita a fatturato ma rimane sostanzialmente stabile a volumi, risultato determinato dalla componente Sop+Otc.

Le altre categorie, invece, mostrano segnali di sofferenza: anche la Veterinaria per la prima volta da diversi anni, registra una performance negativa anche a seguito dell'introduzione della ricetta elettronica (grafico 4). ●

NL
newline
ricerche di
mercato

Le elaborazioni sono a cura di
New Line Ricerche di Mercato

DA SEMPRE CON E PER
LA FARMACIA ■