

Un bilancio IN CHIAROSCURO

Farmacia: facciamo i conti
sul consuntivo a dicembre

Verrebbe spontaneo guardare con sollievo l'immagine della farmacia italiana nell'anno che si è appena chiuso, vista la catastrofe mondiale che la pandemia ha portato con sé. I mesi si sono susseguiti con dinamiche completamente stravolte e ancora il disequilibrio generatosi con lo shock non è stato completamente riassorbito. Nonostante questo, il canale ha chiuso il 2020 con una modesta flessione (-2,2 per cento a fatturato e -1,3 sulle confezioni vendute).

Se pensiamo che gli stessi indicatori mostravano a fine 2019 un fatturato completamente stabile e una flessione addirittura superiore a confezioni (-1,9%), sembrerebbe che la pandemia abbia avuto un impatto minimo, di soli 2 punti sul fatturato, nulla se pensiamo al contesto (*grafico 1*).

È vero che quello della farmacia è un canale storicamente poco dinamico, ma se guardiamo oltre questi primi numeri macro, l'impatto della pandemia è visibile eccome. Segni di forte discontinuità con i valori consolidati del 2019 si osservano a livello di mercati, di equilibrio tra i canali, tra brand, aziende e soprattutto tra le singole farmacie.

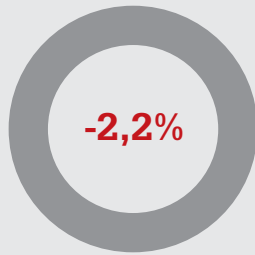
IL TRAFFICO

In effetti il parametro che più si è modificato nel corso del 2020 è stato quello del traffico verso la farmacia, di cui gli scontrini sono un indicatore molto preciso. A fronte di un numero molto diminuito, par-

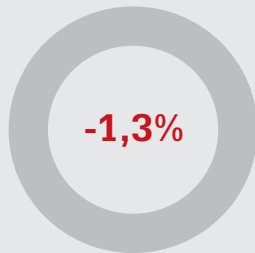


Grafico 1 QUADRO GENERALE

Farmacia (fatturato Mio €, confezioni Mio)



24.417 Mio€
Fatturato YTD
 della Farmacia italiana



2.452 Mio€
Confezioni YTD
 totali vendute nella Farmacia italiana



FARMACO RX 13.866 Mio€ 56,8% -3,4%	COMMERCIALE 10.551 Mio€ 43,2% -0,6%
--	---



FARMACO RX 1.430 Mio 58,3% -4,6%	COMMERCIALE 1.022 Mio 41,7% +3,7%
--	---

Grafico 2 INGRESSI IN FARMACIA



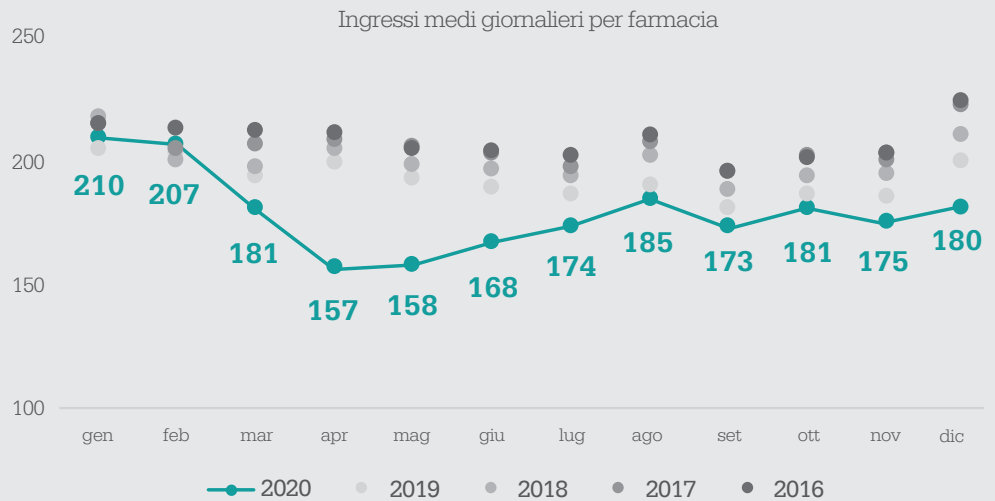
179,2
 scontrini
 giorno



27,21
 € medi
 per scontrino



2,73
 pezzi medi
 per scontrino



liamo di un calo di oltre il 7 per cento, si osserva una crescita del valore medio del 7,6 per cento. Ancora una volta il dato finale è frutto della compensazione tra risultati molto diversi tra loro, a livello di singola farmacia, dato che i tradizionali

driver rilevanti, come poliambulatori, uffici, scuole, stazioni non hanno potuto contribuire come in passato, portando ad una redistribuzione del traffico sul territorio che ha fortemente penalizzato alcune farmacie a vantaggio di altre, spesso disloca-

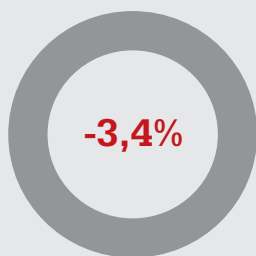
te nelle zone meno centrali delle aree urbane (grafico 2).

FARMACO E COMMERCIALE

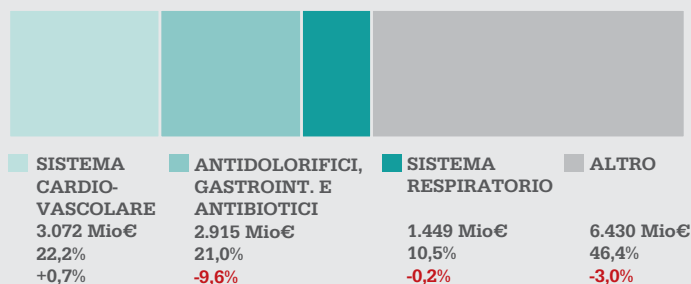
Non solo il numero di ingressi, ma anche il motivo che ha portato le persone in far-

Grafico 3 FARMACO RX: DETTAGLIO PER AREA

Risultati sull'anno 2020 nelle aree rilevanti del mercato



13.866 Mio€
Fatturato 2020
 Farmaco Rx
 in Farmacia



1.430 Mio
Confezioni 2020
 Farmaco Rx
 in Farmacia

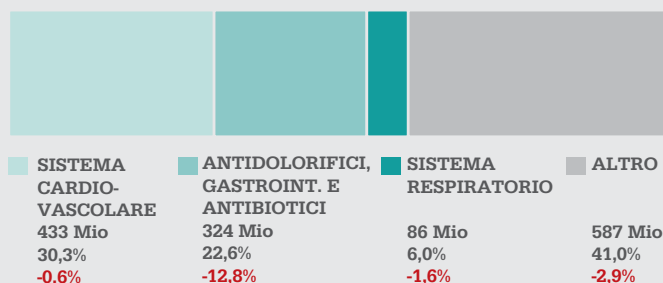
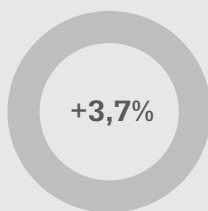
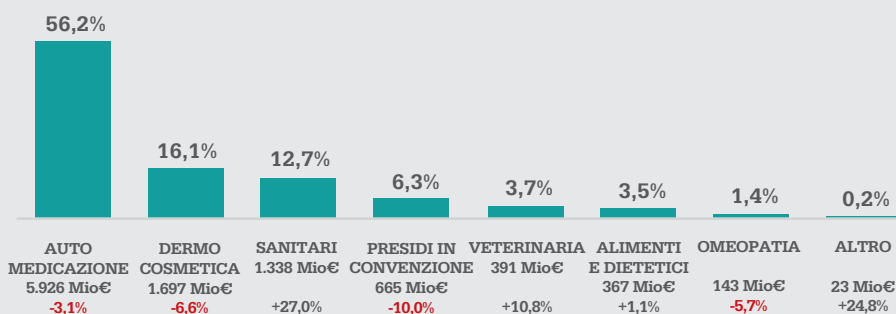


Grafico 4 COMMERCIALE

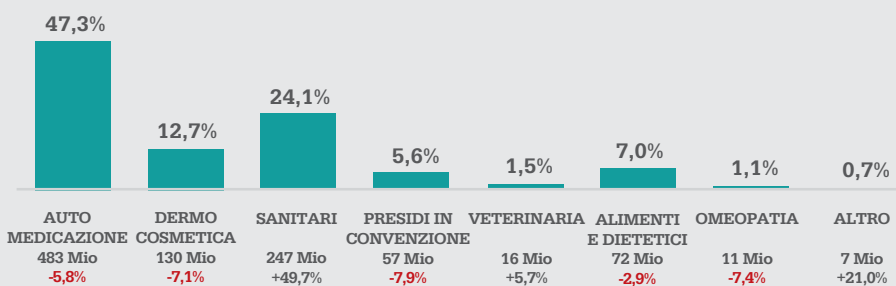
Farmacia (fatturato Mio €, confezioni Mio)



10.551 Mio€
Fatturato YTD
 Commerciale nella
 Farmacia italiana



1.022 Mio
Confezioni YTD
 totali vendite
 Commerciale nella
 Farmacia italiana



macia si è modificato nei mesi del 2020, insieme a un crescente orientamento alla prevenzione e alla protezione, che ha penalizzato i segmenti percepiti come meno essenziali.

Oltre a questo, tutte le categorie sia nell'a-

rea del farmaco Rx sia nell'area dell'Auto-medicazione (Sop, Otc, Integratori, Dispositivi a uso sistemico), legate direttamente o indirettamente alla cura della patologia influenzale, sono state fortemente penalizzate, perché il distanziamento e il

lockdown ne hanno limitato la diffusione, sia nei primi mesi del 2020, sia nello scorso autunno/inverno.

In tutto ciò, il Farmaco su prescrizione ne è risultato colpito maggiormente rispetto all'area Commerciale, con un calo del -3,4

Tabella 1 CANALE ONLINE: RISULTATI A FINE DICEMBRE SUL FATTURATO

	2019				2020			
	ONLINE		ITALIA		ONLINE		ITALIA	
	V.Val (Mio €)	+/-%	V.Val (Mio €)	+/-%	V.Val (Mio €)	+/-%	V.Val (Mio €)	+/-%
COMMERCIALE	380,9	+34,1%	11.555,5	+0,6%	709,4	+86,3%	11.513,0	-0,4%
Automedicazione - Integratori*	130,1	+40,7%	3.150,5	+4,4%	244,1	+87,7%	3.182,6	+1,0%
Automedicazione - Sop+Otc	63,3	+24,0%	2.417,1	+0,1%	114,8	+81,4%	2.241,9	-7,2%
Automedicazione - Altro	28,9	+31,4%	1.028,6	+4,7%	49,6	+71,3%	992,5	-3,5%
Alimenti e dietetici	17,2	+14,0%	414,3	-3,6%	30,2	+75,9%	415,9	+0,4%
Dermocosmetica e igiene	95,1	+47,3%	2.077,5	+2,1%	171,3	+80,2%	1.943,3	-6,5%
Omeopatia	5,9	+63,8%	170,7	-7,4%	10,7	+81,9%	162,9	-4,6%
Sanitari	35,1	+12,8%	1.908,0	-5,4%	77,2	+120,2%	2.140,8	+12,2%
Veterinaria	5,1	+32,0%	369,1	-5,4%	10,5	+106,5%	408,4	+10,7%

* Gli Integratori includono i Dispositivi a uso sistemico

per cento a valore, risultato di diverse componenti, tra cui, per esempio, quella legata all'insieme di Antidolorifici, Gastrointestinali e Antibiotici, prescritti in gran parte nel periodo influenzale, che ha perso il 9,6 per cento a fatturato e il 12,8 sulle confezioni (grafico 3).

Al contrario, l'area Commerciale, sostenuta dai Presidi per la protezione della persona, ha chiuso il 2020 con un -0,6 per cento a fatturato, a cui corrisponde ben un +3,7 a confezioni.

Se da una parte una categoria importante come la Dermocosmetica ha sofferto molto, riportando sul consuntivo a dicembre un -6,6 per cento a fatturato, quella dei Sanitari, che include appunto i prodotti per la protezione personale, ha registrato una crescita del 27 per cento a fatturato e del 49,7 a confezioni.

Risultati molto positivi anche per le categorie degli integratori legati alla prevenzione e alle difese: il comprato Vitamine e Sali minerali è cresciuto del 6,5 per cento a fatturato e gli Immunostimolanti hanno fatto un balzo del 70 per cento a fatturato, rispetto ai livelli storici (grafico 4).

IL CONTESTO

La fotografia che il 2020 ci rende è quella quindi di un canale fortemente condizionato dal contesto esterno, profondamente mutato nelle variabili che più condiziona-

no traffico e vendite, a partire dalla diffusione dell'influenza, mai così contenuta, alla mobilità delle persone, alle regole che hanno contingentato l'accesso alle aree espositive.

Una volta che la barriera alla socialità sarà ridimensionata e soprattutto le scuole riapriranno, si vedrà un ritorno alla domanda, anche se con livelli inferiori di consumo, perché la pandemia, tra le altre cose, ha contribuito a diffondere una maggiore attenzione alla prevenzione.

Altre abitudini di acquisto invece, si sono modificate, l'accesso alla multicanalità è stato accelerato e si è evoluto, non si tornerà indietro. In questi mesi, infatti, l'incidenza del fatturato legato alle vendite online di farmacie e parafarmacie che hanno chiesto l'autorizzazione alla vendita di Otc, ha superato i 709 milioni di euro, a dicembre ancora in forte crescita (+ 86 per cento rispetto al 2019, tabella 1).

LE PROSPETTIVE

Il 2021 sarà un anno di transizione che ci accompagnerà verso un nuovo equilibrio. Certamente un elemento chiave da tenere sotto osservazione riguarderà la diffusione della Ricetta Elettronica anche nella Fascia C e il suo impatto nella relazione medico-paziente-farmacia.

Probabilmente questa maggiore accessibilità al processo prescrittivo e l'automatismo digitale che ne deriva comporteranno una maggiore propensione da parte del cittadino a selezionare la propria farmacia di riferimento, con importanti conseguenze sul traffico a livello territoriale. Si può quindi immaginare come i progetti di *loyalty*, che coinvolgono sia la relazione tra la farmacia e i suoi clienti, sia la relazione tra l'industria e le farmacie, diventeranno uno strumento discriminante nei prossimi mesi. ●

ELABORAZIONI E DATI NEW LINE RICERCHE DI MERCATO SOCIETÀ BENEFIT

I valori si riferiscono alle vendite rilevate dal panel Sta.R., statisticamente rappresentativo del mercato italiano delle farmacie. I perimetri analizzati sono definiti attraverso uno studio continuo mirato alla costruzione di mercati omogenei per bisogni di consumo.