



Il mercato dei prodotti antidolorifici

Tra i farmaci da banco quelli contro il dolore rappresentano il segmento più venduto dopo i farmaci per il sistema respiratorio e i gastrointestinali

È stimata in oltre 1,3 miliardi di Euro la spesa complessiva effettuata in Italia per il trattamento delle sindromi dolorose nel periodo che intercorre tra il mese di Luglio del 2007 ed il Giugno del corrente anno. La cifra viene suddivisa in due distinte voci e la parte più consistente (circa 850 milioni di Euro) si riferisce alle specialità medicinali con obbligo di prescrizione, siano esse a carico, oppure no, del Servizio Sanitario Nazionale (Fig. 1). Per la precisione gli acquisti effet-

tuati dalle farmacie nel periodo considerato sono ammontati a 843,5 milioni, un giro d'affari generato dall'entrata in farmacia di quasi 110 milioni di confezioni. I prodotti in classe A sono preponderanti ed hanno rappresentato il 74% circa sia dei valori, sia dei volumi. Tutti i farmaci antidolorifici sono classificati in parte tra i prodotti per il sistema nervoso (analgesici) ed in parte tra quelli per l'apparato muscolo-scheletrico (antiflogistici, antireumatici e rubefacenti).

FARMACI ANTIDOLORIFICI CON OBBLIGO DI PRESCRIZIONE (Acquisti nell'anno mobile terminante a Giugno 2008)	VOLUMI (Milioni conf.)	VALORI (Milioni Euro)
ANTIFLOGISTICI - ANTIREUMATICI	61,2	421,5
ANALGESICI	45,8	385,4
ANTIREUMATICI TOPICI + RUBEFACENTI	2,4	36,6
TOTALE MERCATO	109,4	843,5
di cui CLASSE A	80,2	622,9
di cui CLASSE C	29,2	220,6

Figura 1 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

PRODOTTI ANTIDOLORIFICI DA BANCO – EVOLUZIONE DEL MERCATO
(VENDITE NEGLI ANNI MOBILI TERMINANTI A GIUGNO – DATI IN MILIONI)

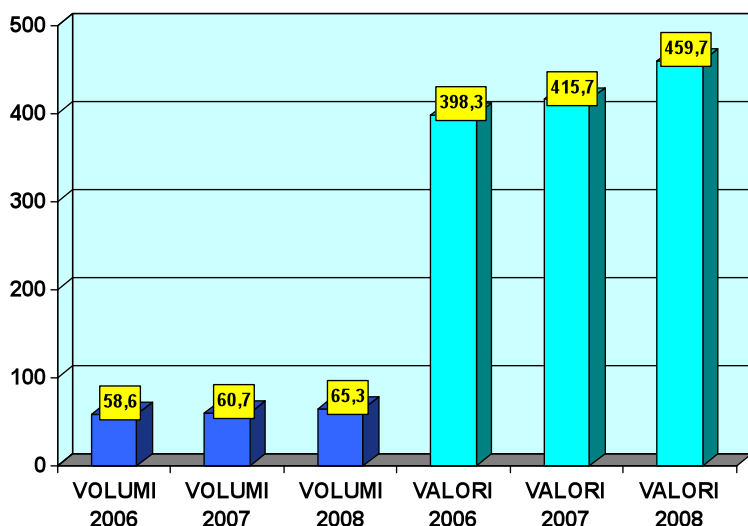


Figura 2 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

Ovviamente, queste specialità sono di stretta pertinenza del medico prescrittore e dello specialista, mentre al farmacista è demandata la gestione di tutti i preparati, farmaci e non, che possono essere liberamente acquistati dai cittadini senza ricetta. Anche in questo caso il giro d'affari è molto consistente (il terzo, in ordine di fatturato nel mercato OTC dopo i prodotti per il sistema respiratorio ed i gastrointestinali) dato che il valore globale di questo settore sfiora, nell'anno mobile a Giugno 2008, i 460 milioni di Euro, cifra in costante crescita e che, negli ultimi tre anni, è incrementata di oltre 62 milioni, grazie anche a consumi in progresso, passati da 58,6 a 65,3 milioni di confezioni nell'arco di tempo considerato (Fig. 2). Il tasso netto di crescita è stato maggiore nei valori (+15,4%) piuttosto che nei consumi (+11,4%), segno di una leggera tensione sui prezzi medi di vendita al pubblico (+3,5%), incremento comunque non distante dall'inflazione del periodo.

Il mercato degli antidolorifici da banco è alquanto segmentato, secondo quanto dettato dalla classificazione internazionale IMS: ne fanno parte otto classi terapeutiche tra le quali emergono, per importanza, i prodotti per i dolori musco-

lari e gli analgesici generali che, insieme, coprono ben oltre l'80% dei volumi venduti e dei corrispondenti valori. Se osserviamo il mercato nel 1° semestre 2008 piuttosto che nell'anno mobile fissato a Giugno (Fig. 3), possiamo notare come questo settore non sia caratterizzato da particolari picchi di stagionalità in quanto i dati di lungo periodo (anno mobile) sono praticamente doppi di quelli registrati nel breve periodo (semestre).

Ciò che, invece, si deve sottolineare riguarda il trend registrato nei due periodi considerati (Fig. 4): i dati riferiti all'anno mobile (globalmente +7,6% a volumi e +10,6% a valori) appaiono migliori di quelli rilevati nel semestre e ciò si verifica per quasi tutte le classi terapeutiche, con le uniche eccezioni degli antiemcranici (comunque in perdita), dei prodotti per le articolazioni (sostanzialmente stabili) e degli altri antidolorifici (in netta controtendenza). Purtroppo si tratta di categorie di limitato peso nell'economia generale del comparto per cui è le-

PRODOTTI ANTIDOLORIFICI DA BANCO – SEGMENTAZIONE DEL MERCATO
(VENDITE - DATI IN MILIONI)

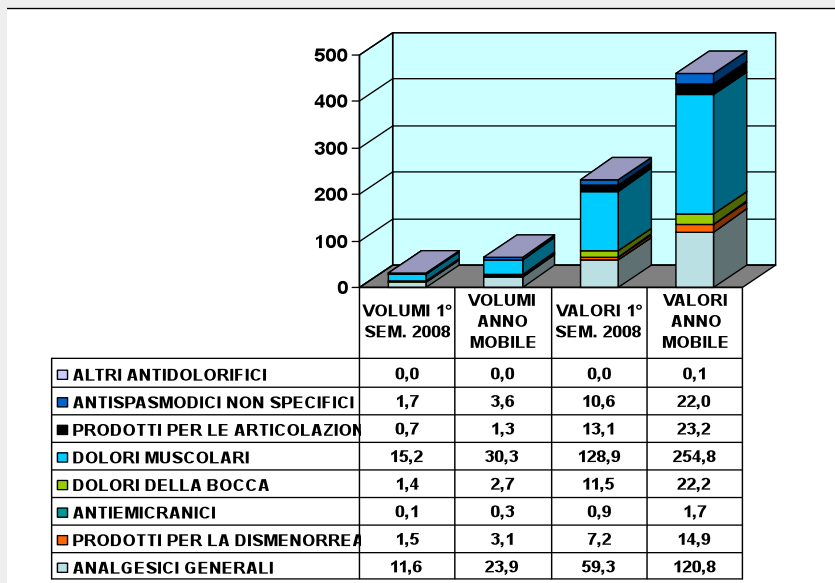


Figura 3 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

PRODOTTI ANTIDOLORIFICI TREND % DEI SEGMENTI	VOLUMI		VALORI	
	1° SEM. 2008	ANNO MOB. 2008	1° SEM. 2008	ANNO MOB. 2008
TOTALE MERCATO	5,5	7,6	8,9	10,6
ANALGESICI GENERALI	2,9	6,9	8,6	12,8
PRODOTTI PER LA DISMENORREA	1,9	5,0	3,2	5,9
ANTIEMICRANICI	-4,1	-4,7	-1,2	-2,6
DOLORI DELLA BOCCA	17,1	18,8	22,4	24,5
DOLORI MUSCOLARI	6,9	7,9	6,7	7,8
PRODOTTI PER LE ARTICOLAZIONI	41,0	38,8	44,9	44,3
ANTISPASMODICI NON SPECIFICI	-4,0	-3,2	-2,3	-1,6
ALTRI ANTIDOLORIFICI	-6,0	-3,6	7,7	-3,3

Figura 4 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

in prodotti per adulti, che rappresentano la quasi totalità (98,4%) del giro d'affari, e per bambini (Fig. 7). Nel secondo caso i prodotti per i dolori muscolari e per le articolazioni sono disponibili sia in forme topiche, sia in forme sistemiche; ovviamente le applicazioni topiche prevalgono nei preparati per le flogosi a carico della muscolatura, mentre le sistemiche vengono preferite alle altre per i problemi alle articolazioni (Figg. 8 e 9). Osservando la totalità del mercato nelle sue forme di somministrazione si può comunque notare che i prodotti per uso topico sono quelli maggiormente utilizzati, dato che

cito attendersi una crescita a fine 2008 più contenuta rispetto a quella del 2007: un dato comunque positivo se visto alla luce delle basse performance che il mercato delle specialità OTC ha, nell'anno corrente, fino ad ora registrato.

Infatti, nel mercato degli antidolorifici, la componente farmaceutica in senso stretto (specialità medicinali) copre circa l'88% (tra farmaci di automedicazione ed s.p.) dell'intero segmento lasciando un pò di spazio ai prodotti notificati (altri prodotti: q.m. 10,8%) e quote irrilevanti ad omeopatici ed erboristici (Fig. 5).

In termini tendenziali, le specialità medicinali, pur peggiorando la performance nel breve rispetto al lungo periodo, mantengono un trend a crescere nei valori e nei volumi con la sola eccezione, nell'ultimo caso, dei farmaci s.p. in flessione dell'1,4%. Molto positivo, al contrario, lo sviluppo degli altri prodotti non registrati, con indici numerici di notevole entità (Fig. 6).

Tre classi terapeutiche possono essere scomposte ulteriormente in funzione del posizionamento dei prodotti oppure delle forme di somministrazione: nel primo caso gli analgesici generali sono segmentati

PRODOTTI ANTIDOLORIFICI - TIPOLOGIE DI PRODOTTI
(QUOTE MERCATO A VALORE NELL'ANNO MOBILE TERMINANTE A GIUGNO 2008)

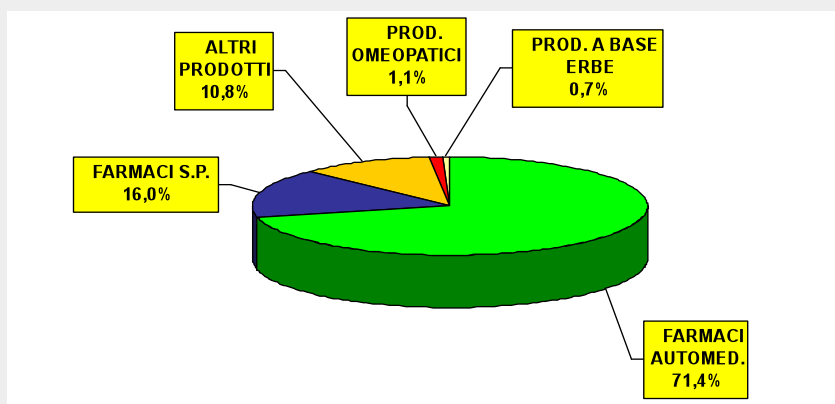


Figura 5 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

TREND % CATEGORIE TIPOLOGICHE	VOLUMI		VALORI	
	1° SEM. 2008	ANNO MOBILE	1° SEM. 2008	ANNO MOBILE
FARMACI AUTOMEDICAZIONE	4,0	5,8	5,1	7,1
FARMACI S.P.	-1,4	3,7	1,1	4,6
ALTRI PRODOTTI	42,3	40,6	49,3	48,1
PRODOTTI OMEOPATICI	55,8	58,4	61,4	63,6
PRODOTTI A BASE ERBE	35,3	46,0	39,7	48,6

Figura 6 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

ANALGESICI GENERALI – COMPOSIZIONE DEL SEGMENTO
(QUOTE DI MERCATO NELL'ANNO MOBILE A GIUGNO 2008)

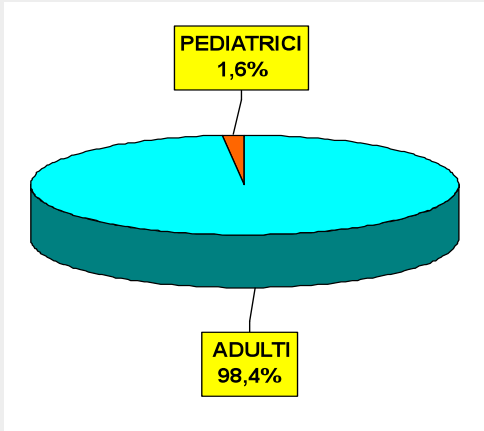


Figura 7 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

PRODOTTI PER LE ARTICOLAZIONI – COMPOSIZIONE DEL SEGMENTO
(QUOTE DI MERCATO NELL'ANNO MOBILE A GIUGNO 2008)

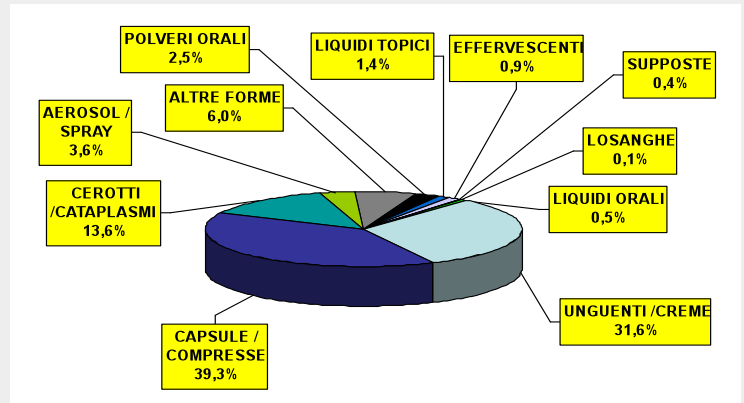


Figura 10 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

DOLORI MUSCOLARI – COMPOSIZIONE DEL SEGMENTO
(QUOTE DI MERCATO NELL'ANNO MOBILE A GIUGNO 2008)

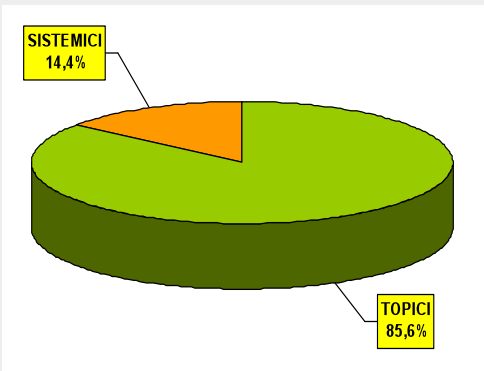


Figura 8 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

insieme superano, seppur di poco, il 50% della spesa complessiva ed al cui interno si stanno notevolmente sviluppando i sistemi transdermici (q.m.: 13,6%). I preparati per uso orale coprono circa il 43% quasi interamente rappresentati da capsule e compresse; di minore importanza le restanti forme (Fig. 10). Già si è accennato alla stagionalità quasi nulla del mercato dei prodotti antidolorifici: in effetti (Fig. 11), i consumi medi mensili nel corso del periodo che va da Luglio 2007 a Giugno 2008 si sono sempre posi-

zionati in un range tra i 5 ed i 6 milioni di confezioni con i minimi collocati all'inizio dell'estate. Gli acquisti delle farmacie, per contro, seguono andamento più discontinuo, legati come sono alle campagne di vendita: le maggiori pressioni di sell-in si registrano all'inizio del periodo autunnale ed in pieno inverno, periodi nei quali gli approvvigionamenti tendono ad appesantire gli stock che, tuttavia, non portano mai, nel corso dell'anno, gli indici di provvista a superare i quattro mesi. **IE**

PRODOTTI PER LE ARTICOLAZIONI
COMPOSIZIONE DEL SEGMENTO
(QUOTE DI MERCATO NELL'ANNO MOBILE A GIUGNO 2008)

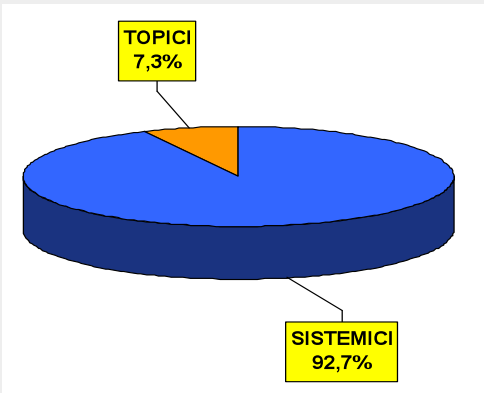


Figura 9 - Elaborazione su dati IMS HEALTH

PRODOTTI ANTIDOLORIFICI – STAGIONALITÀ

(FLUSSI MENSILI DI ACQUISTI E VENDITE IN MILIONI DI CONFEZIONI DA LUGLIO 2007 A GIUGNO 2008)

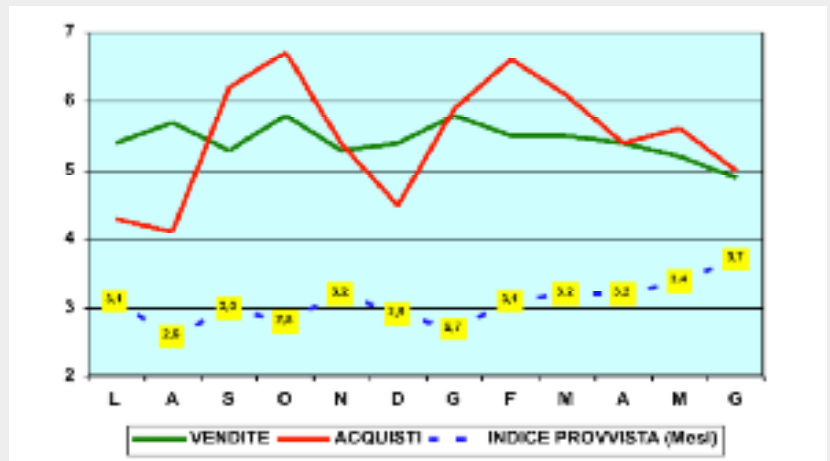


Figura 11 - Elaborazione su dati IMS HEALTH