

La liberalizzazione dei farmaci senza ricetta in Italia e le tendenze del mercato degli OTC in Europa e nel mondo

Mario Eandi

Il Decreto Legge 248 del 4/08/2007, cosiddetta "Legge Bersani", ha profondamente modificato il mercato italiano dei prodotti farmaceutici che il paziente può acquistare senza dover presentare una prescrizione medica. Infatti, dal 12 agosto 2006 le due categorie di farmaci vendibili senza ricetta medica, ossia i prodotti da automedicazione (OTC per i quali è consentita la pubblicità) e quelli senza obbligo di prescrizione (SOP che non possono essere pubblicizzati) possono essere acquistati anche nei supermarket o in altri negozi autorizzati, purché ciò avvenga in angoli separati dalle altre merci di largo consumo e sia presente un farmacista abilitato alla professione in Italia.

La Legge Finanziaria 2007 ha poi introdotto un nuovo sistema dei prezzi per i farmaci senza ricetta, liberalizzando ulteriormente questo settore di mercato. Infatti, a partire dal 1° gennaio 2007 la formazione del prezzo al pubblico dei medicinali senza ricetta (OTC e SOP) è totalmente libero ed è previsto che venga fissato da ogni singolo punto vendita. Il titolare dell'autorizzazione all'immissione in commercio (AIC) non deve più comunicare il prezzo di queste medicine alle Autorità Italiane e le confezioni non devono più riportare il prezzo prestampato; solo transitoriamente, per tutto il 2007, i prezzi non possono aumentare e il produttore deve garantire al distributore un margine minimo del 25% sul prezzo di vendita, mentre a partire dal 2008 dovrebbero cadere anche questi vincoli.

Progressivamente le circa 17.350 farmacie sparse sul territorio italiano (16.000 circa di proprietà privata e 1.360 circa pubbliche) hanno dovuto subire una progressiva erosione del loro mercato, soprattutto dei farmaci OTC. Attualmente i "corners" aperti presso supermarket sono ancora in numero limitato ma la loro capacità di attrarre clienti e guadagnare quote di mercato dei farmaci OTC è maggiore rispetto alle tradizionali farmacie. Dati IMS raccolti nei primi sei mesi dall'introduzione della normativa indicano che un punto vendita di medicinali nei supermarket realizza mediamente un volume di affari settimanale 4 volte superiore a quello di una farmacia (€10.400 vs €2.300).

La principale motivazione che spinge il consumatore ad acquistare farmaci OTC presso il punto vendita del supermarket è la comodità

(49%), ovvero il fatto che trova il medicinale mentre fa la spesa; in secondo luogo vi è la convenienza in senso generale (33%) e solo in terza posizione viene il prezzo (18%). La grande distribuzione è stata finora molto più aggressiva nell'applicare gli sconti e nel ribassare i prezzi dei farmaci senza ricetta (Figura 1): le farmacie dovranno imparare a competere maggiormente

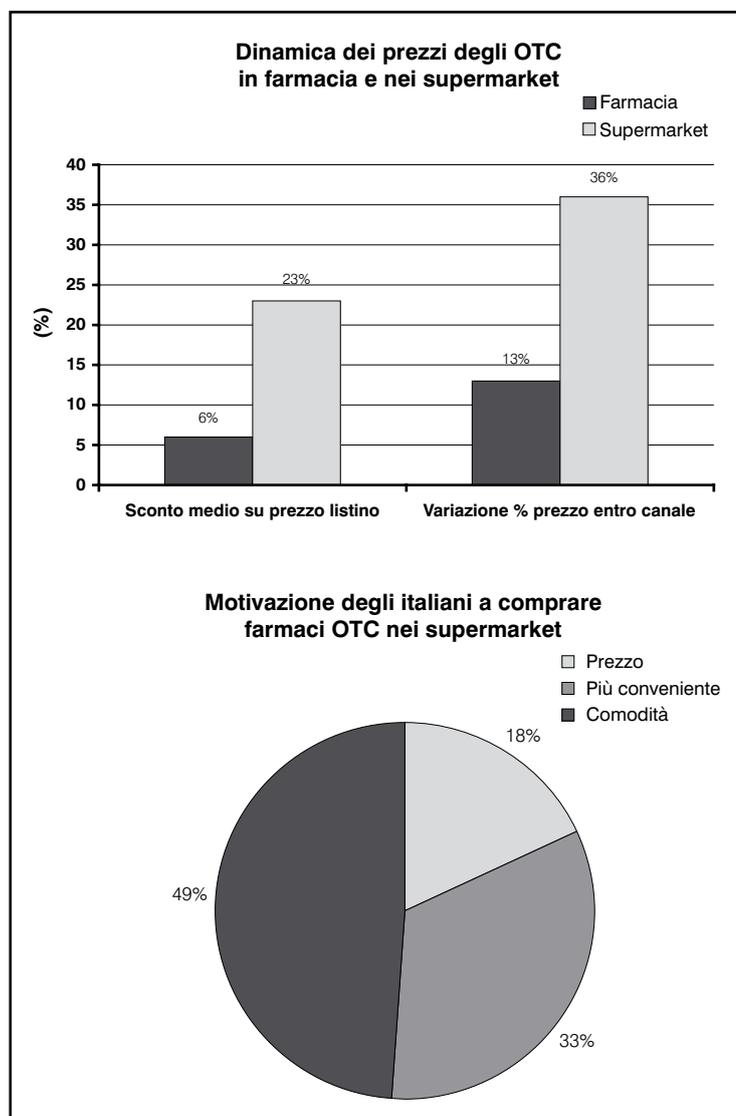


Figura 1
La novità della distribuzione dei prodotti OTC nei supermarket italiani: dinamica dei prezzi in confronto con le farmacie e motivazioni degli italiani a comprare farmaci nei "corners" della grande distribuzione

Mercato farmaceutico	2004	2005	2006
Totale			
Valore (milioni di €)	19.163	19.431	19.178
Variazione % su anno precedente	+ 5,6%	+ 1,4%	- 1,3%
Totale senza ricetta			
Valore (milioni di €)	2.140	2.170	2.010
Quota % del mercato farmaceutico	11,2%	11,2%	10,5%
Variazione % su anno precedente	-0,4%	+1,4%	-7,4%
Automedicazione			
Valore (milioni di €)	1.559	1.587	1.469
Quota % del mercato farmaceutico	8,1%	8,2%	7,7%
Variazione % su anno precedente	-0,4%	+1,8%	-7,5%
Principali gruppi di prodotti da automedicazione (milioni di €)			
Tosse e raffreddore	598	619	547
Analgesici	352	367	357
Digestivi e rimedi intestinali	439	432	409
Trattamenti cutanei	186	186	177
Vitamine e minerali	173	165	150

Tabella I
Trend del mercato farmaceutico totale e dei prodotti da automedicazione in Italia
(Fonte: ANIFA, AESGP 43rd Annual Meeting – Varsavia 06/2007)

Nazione	Spesa pro capite per OTC
Germania	137
Belgio	136
Francia	103
Olanda	83
Austria	81
Finlandia	69
Irlanda	69
Portogallo	63
Italia	60
Regno Unito	46
Svizzera	46
Norvegia	41
Grecia	28
Spagna	26
Media Paesi Europa Occidentale	80 (+2%)
Polonia	42
Repubblica Ceca	39
Ungheria	33
Repubblica Slovacca	29
Russia	12
Ucraina	8
Media Paesi Europa Orientale	18 (+12%)

Tabella II
Spesa annuale pro capite per farmaci OTC nei paesi dell'Europa dell'ovest e dell'est (Fonte: D. Kobewka, AESGP 43rd Annual Meeting – Varsavia 06/2007)

sul libero mercato, non solo sul fronte dei prezzi e degli sconti ma anche e soprattutto sul fronte della qualità del servizio, e alcuni segnali in questa direzione già si intravedono.

I consumatori hanno avuto sensibili benefici da questa parziale liberalizzazione del mercato farmaceutico, ma si deve ritenere che anche il settore industriale che si dedica ai prodotti OTC possa ottenere benefici economici sensibili che potranno derivare principalmente dall'espansione di questo settore di mercato che tendenzialmente in Italia mostra segni evidenti di stasi o addirittura di regressione (Tabella I).

In Italia, negli ultimi tre anni il mercato farmaceutico totale è stato sostanzialmente stabile, grazie soprattutto alle ripetute manovre di contenimento della spesa che ha coinvolto anche i farmaci senza ricetta. La quota percentuale dei prodotti senza ricetta è passata dall'11,2% del 2004 al 10,5% del 2006 e la quota percentuale degli OTC dall'8,1% del 2004 al 7,7% del 2006 (Tabella I).

Il mercato degli OTC in Italia non si è potuto espandere anche perché praticamente nessun nuovo farmaco ha ottenuto lo switch da prodotto con ricetta a prodotto da automedicazione dopo il 2003. Il mercato dei prodotti da automedicazione continua a ruotare attorno a poche molecole che si riferiscono ad un numero limitato di gruppi terapeutici: al primo posto i farmaci per la tosse e il raffreddore, quindi gli analgesici, i rimedi per i disturbi gastrointestinali, per la cute, e infine le vitamine e i sali minerali (Tabella I).

La spesa media pro capite per farmaci OTC in Italia nel 2006 è stata di circa 60 euro, circa 20 euro inferiore alla media dei paesi dell'Europa Occidentale (Tabella II). Il cittadino francese che spesso dai mass media viene preso a riferimento come privilegiato perché in Francia i farmaci senza ricetta costerebbero meno, in realtà spende molto di più di quello italiano in farmaci da automedicazione (circa 103 euro pro capite anno). Il mercato degli OTC è in forte espansione soprattutto nei paesi dell'Est Europa, dove tuttavia i prezzi sono ancora bassi e dovranno aumentare progressivamente con lo sviluppo delle locali economie. A livello mondiale il mercato degli OTC è in espansione come valore assoluto di volumi e ricavi, ma appare stabilizzato attorno al 10% del mercato farmaceutico, che in questi anni ha mostrato una forte continua espansione.

In alcuni paesi dell'Europa Occidentale (es. Regno Unito, Olanda; Germania) vi è una diversa disponibilità da parte delle Autorità Regolatorie ad accettare nuovi switch da farmaci con ricetta a OTC. In alcuni Paesi già sono stati autorizzati come OTC prodotti a base di anti-H2 per i disturbi da iperacidità gastrica, di triptani per l'emicrania, di progestinici come pillola del giorno dopo, e si prospettano a breve gli switch di statine, di farmaci per l'obesità e per l'influenza ed anche di farmaci per la disfunzione erettile, già sperimentati in alcuni paesi extraeuropei. È improbabile che a tempi brevi ciò avvenga anche in Italia, sebbene vi siano crescenti pressioni non solo da parte del settore industriale ma anche da parte dei consumatori.