



*Il dati contenuti nel Report Assogenerici sui trend del comparto. Da inizio anno ammonta a 817 milioni la quota versata come differenziale di prezzo dai cittadini che hanno preferito ritirare il brand al posto dell'equivalente: l'incidenza maggiore a livello regionale si registra in Sicilia (14,3% per complessivi 83 mln) e nel Lazio (14,2% pari a 103 milioni di euro)*



Roma, 20 dicembre 2017 - Nei primi nove mesi del 2017 i farmaci equivalenti hanno rappresentato il 21,14% del totale del mercato retail a confezioni (canale farmacia) e l'11,87% a valori (Sell In - tutte le classi di farmaci), con una crescita dello 0,5% sia a volumi che a valori rispetto al 2016.

Il dato è contenuto nel Report sui trend del mercato italiano di settore da gennaio a settembre realizzato dal Centro Studi Assogenerici, che attesta a 1.57 miliardi (in prezzi ex factory) il valore delle vendite nel canale retail, con un giro d'affari concentrato essenzialmente in classe A che assorbe l'89,2% a volumi e il 77,1% a valori del mercato totale dei farmaci generici, per un totale di 1,2 miliardi.

Prosegue dunque la performance positiva evidenziata nei primi mesi dell'anno, a fronte dell'arretramento registrato dal totale del mercato farmaceutico retail (Classi A-C) (-0,4% a unità; -1,4% a valori) e dai brand a brevetto scaduto (-1,4% a unità; -2,6% a valori), il segmento dei farmaci generici cresce del 3,7% a volumi e del 6,5% a valori. Il peso degli equivalenti sul mercato complessivo a volumi che si attesta al 21,14% il peso degli equivalenti sul mercato complessivo a volumi a fronte del 25,01% dei farmaci patentati e del 53,85% dei brand a brevetto scaduto che continuano ad assorbire il 72% del mercato off patent a volumi in tutte le classi contro il 28% coperto dagli equivalenti.

Allo stesso modo, il peso degli equivalenti sul mercato complessivo a valori sempre nel canale farmacia, i generici equivalenti quotano attestati all'11,87% del mercato totale a valori, senza distinzione di classi, a fronte delle performance omogenee dei farmaci protetti (39,92%) e dei brand a brevetto scaduto (48,21%), mentre rappresentano – sempre a valori – il 20% del mercato fuori brevetto contro l'80% ancora detenuto dai brand a brevetto scaduto.

### **I consumi in classe A nei primi nove mesi del 2017**

Per quanto riguarda i consumi di classe A nel periodo gennaio-settembre 2017 le confezioni rimborsate dal SSN sono diminuite dello 0,9% rispetto allo stesso periodo del con una flessione del 7,5% nell'area dei prodotti ancora coperti da brevetto. In crescita invece il segmento relativo ai farmaci a brevetto scaduto – in particolare degli equivalenti – che registrano una crescita dell'1,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Coerentemente in diminuzione anche la spesa rimborsata dal Ssn, diminuita nei primi nove mesi dell'anno dello 0,9% rispetto allo stesso periodo del 2016, con una flessione del 7,3% per quanto concerne i prodotti ancora coperti da brevetto (2.847 mln contro i 3.072 mln del periodo gennaio-settembre 2016) e una crescita complessiva del segmento dei prodotti a brevetto scaduto che per i generici-equivalenti ha fatto registrare un aumento del 4,6%.

### **Consumi regionali in classe A**

L'analisi dei consumi per aree geografiche conferma un robusto ricorso agli equivalenti nel Nord Italia, dove hanno rappresentato, nei primi nove mesi dell'anno in corso, il 35,2% del mercato a unità e il 24,5% a valori a fronte di una media Italia rispettivamente del 28,3% e 19,9%. Consumi decisamente inferiori al Centro (25,9% a unità e 18,4% a valori) e al Sud (20,8% a unità e 14,6% a valori).

Modello di best practice ancora una volta la provincia Provincia Autonoma di Trento, dove è off patent l'80,5% delle unità dispensate dal SSN e il generico assorbe il 41,6% del totale.

Seguono Lombardia (78,2% e 37,6%), Emilia Romagna (81,0% e 35,1%), la Provincia Autonoma di Bolzano (78,3% e 33,9%). All'estremo opposto, fanalino di coda è la Basilicata, con una incidenza di off patent sul totale rimborsato SSN del 78,3%, ma con una quota di equivalenti del 18,8%.

Ammonta infine a 817 milioni la quota versata come differenziale di prezzo dai cittadini che hanno pagare di tasca propria per ritirare il brand al posto dell'equivalente: l'incidenza maggiore a livello regionale si registra in Sicilia (14,3% per complessivi 83 mln) e nel Lazio (14,2% pari a 103 milioni di euro). L'incidenza più bassa – e comunque in calo col passare dei mesi – in Lombardia, dove il differenziale versato di tasca propria dai cittadini quota il 10,8% della spesa regionale SSN nel canale retail.

### **Canale ospedaliero**

Nel canale ospedaliero, infine, nei primi nove mesi dell'anno i prodotti equivalenti hanno assorbito il 24,5% del mercato a volumi e il 5,8% del mercato a valori, performance decisamente contenuta a fronte della predominanza assoluta dei prodotti in esclusiva, titolari del 39,7% dei volumi e dell'87,2% del giro d'affari di settore.