



Francesco Cavone

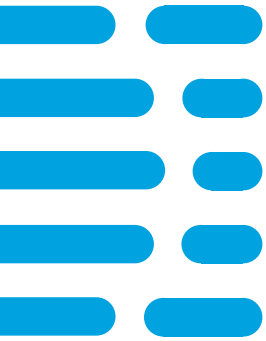
*Director, Consumer Health
Offering & Operations*



I trend del mercato in farmacia

insight sul canale online

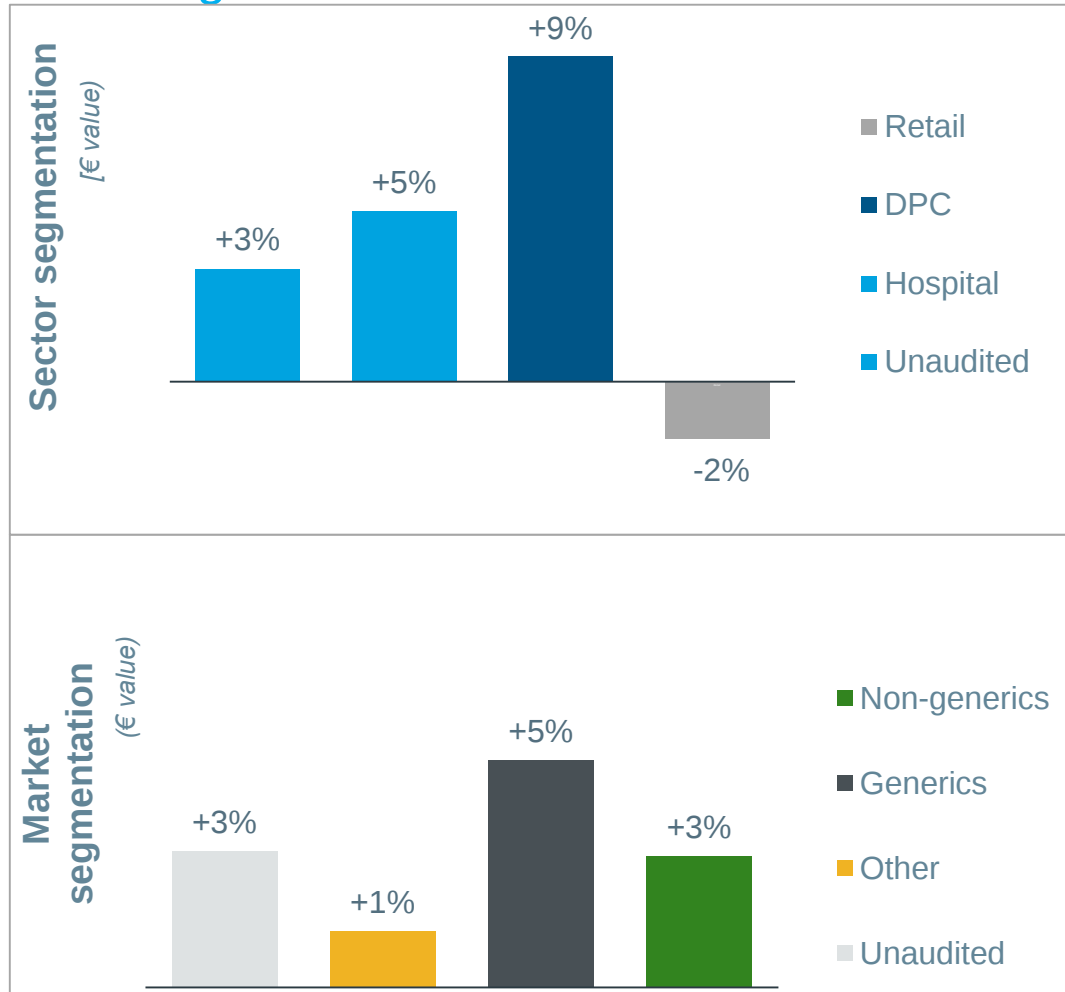
Cosmetica Italia, Oct 29th



MARKET OVERVIEW

La stima per il quinquennio al 2024 vede l'Italia crescere meno dell'Europa

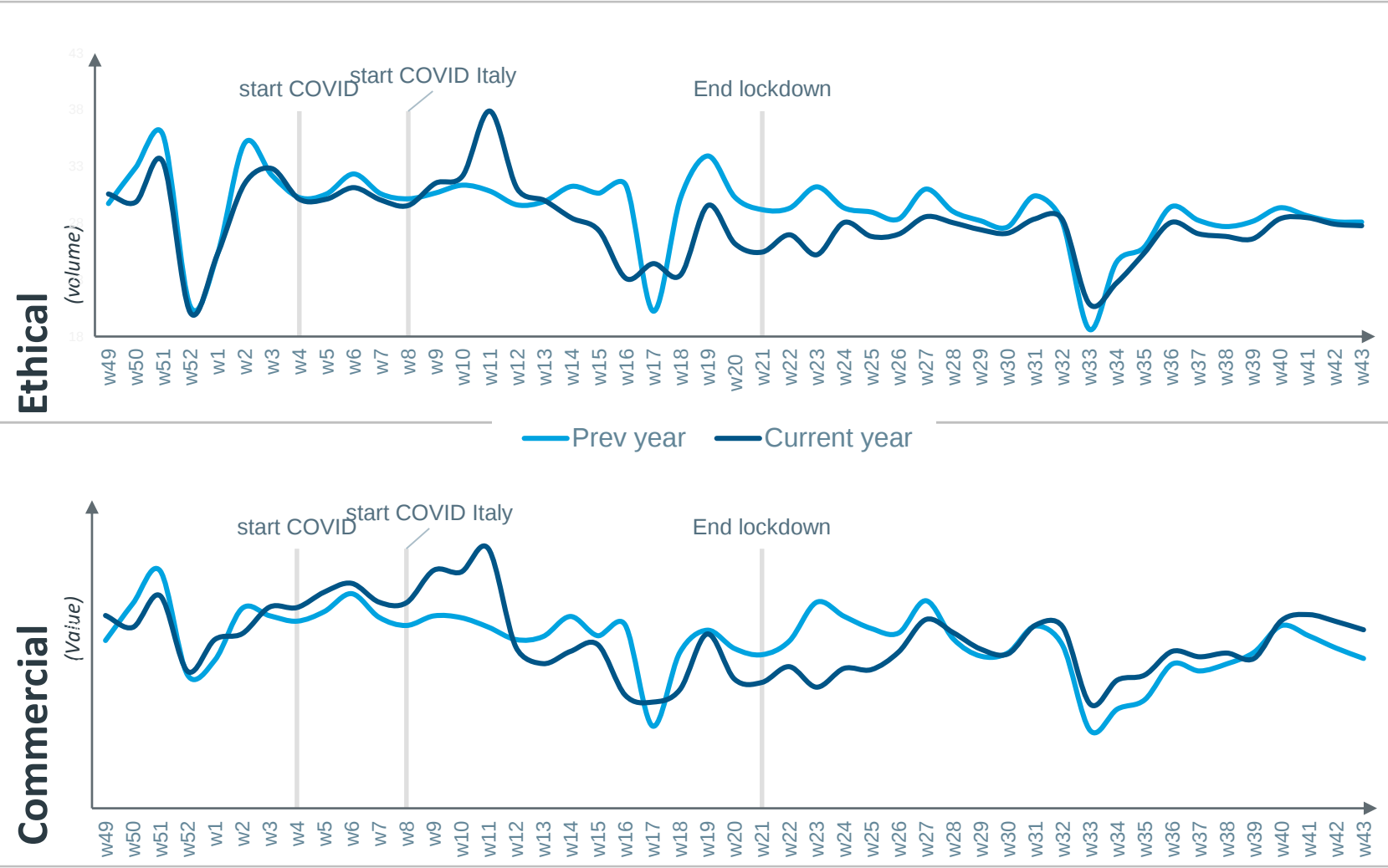
A guidare la crescita del mercato farmaceutico è il canale non retail, in particolare la spinta del farmaco generico



- + In Italia si stima che il **canale retail** (farmacia, al netto delle fee per DPC) confermi il trend di perdita registrato in questi ultimi anni, principalmente per effetto dello switch di canale e del costante percorso di genericazione
- + Previsione di crescita positiva per il **canale ospedaliero** legata alla concentrazione e distribuzione di farmaci innovativi
- + Grande stimolo per il **canale DPC** che registrerà ottime performance positive a fronte del cambio di modello distributivo

Markets trends in Pharmacy Channel (w43 – from October 19th)

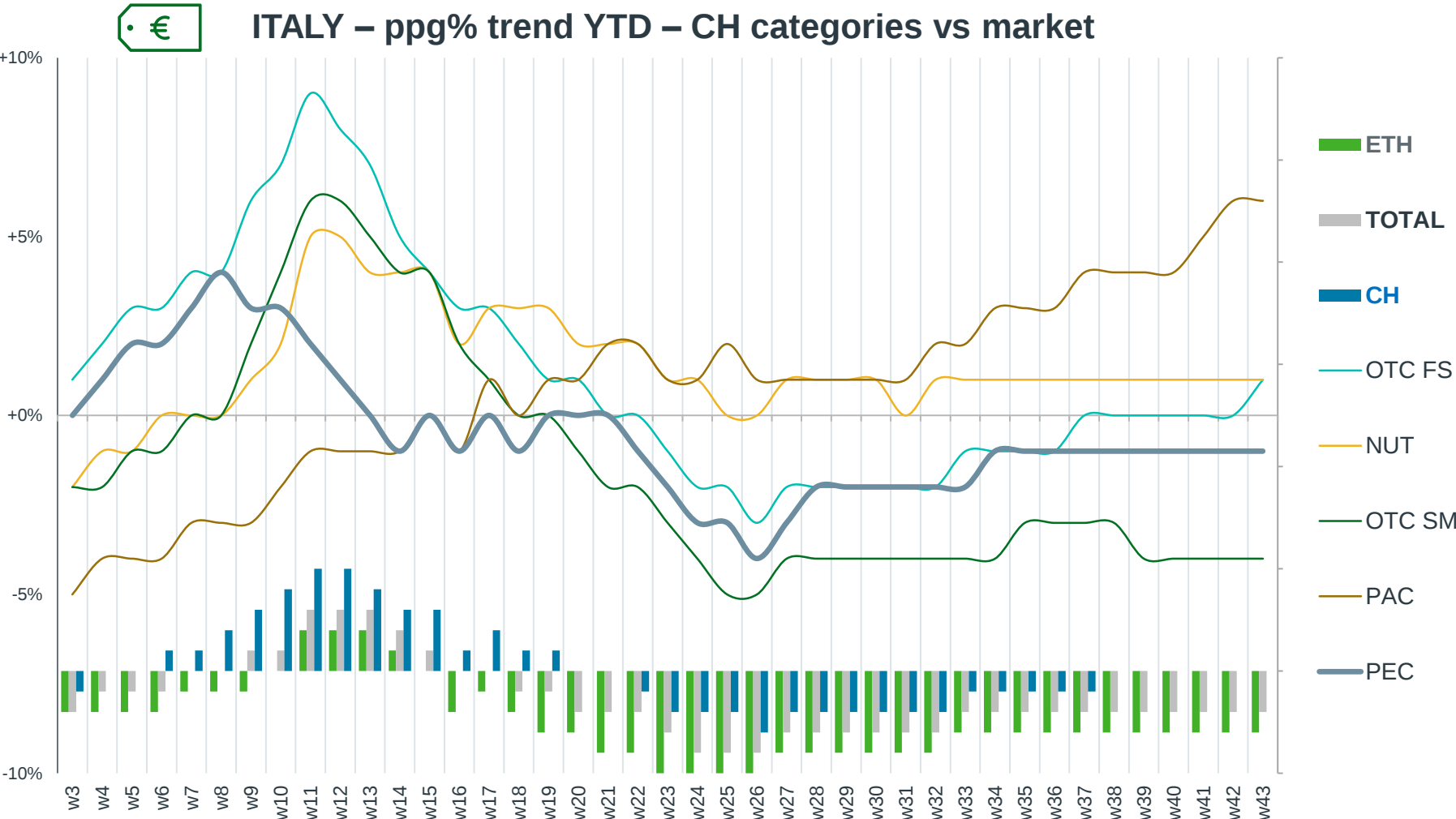
Ethical (volume) and Consumer Health (value) segments



Source: PTR weekly

Growth index trend starting from January – TOTAL MARKET

Trend of Previous Period Growth Year-To-Date (%YTD Growth)

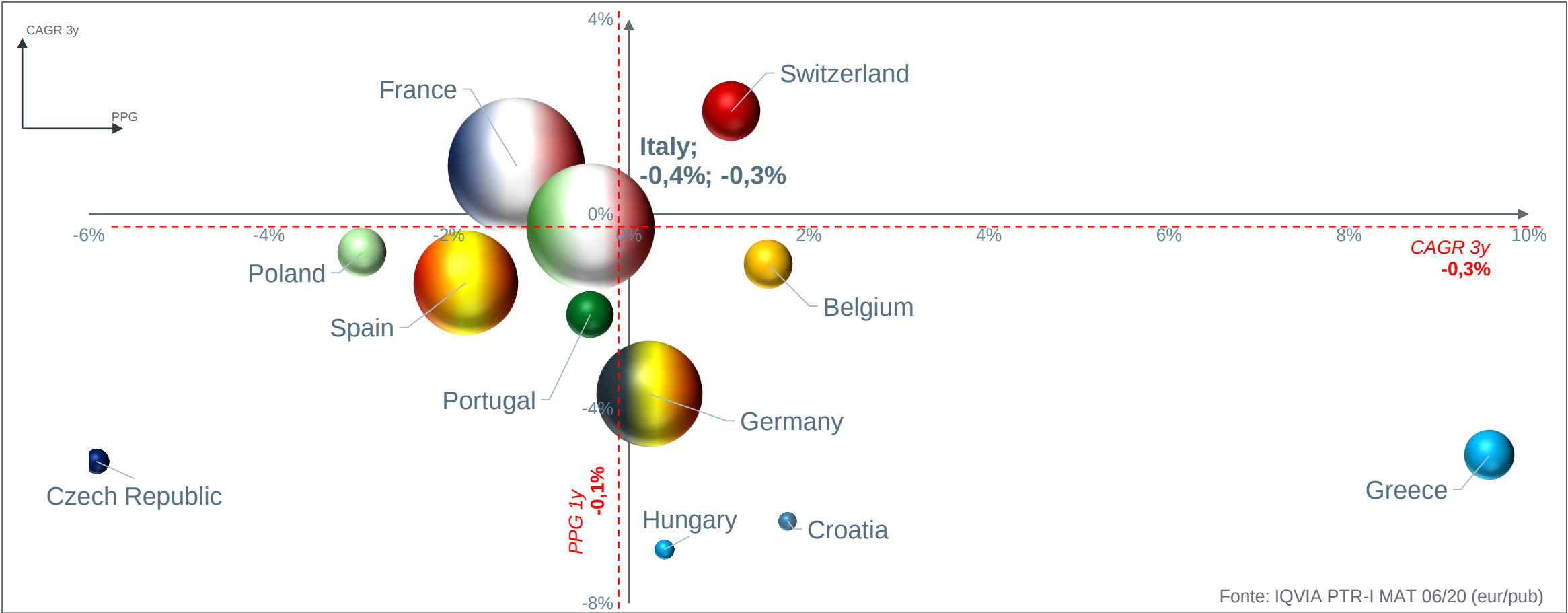


- + During the lockdown, the **Commercial** sector drove the growth of the market compared to the same period of the previous year; recording limited losses in recent weeks
- + The trend of the **Food Supplement** sector is very swinging; in w37 is 0%
- + The **Ethical** sector, almost stable during the lockdown period, registers a negative trend confirming what has been happening for several years with drugs increasingly "outside" the pharmacy channel

Overview of European countries for dermocosmetic market

Eastern countries are growing more than EU5

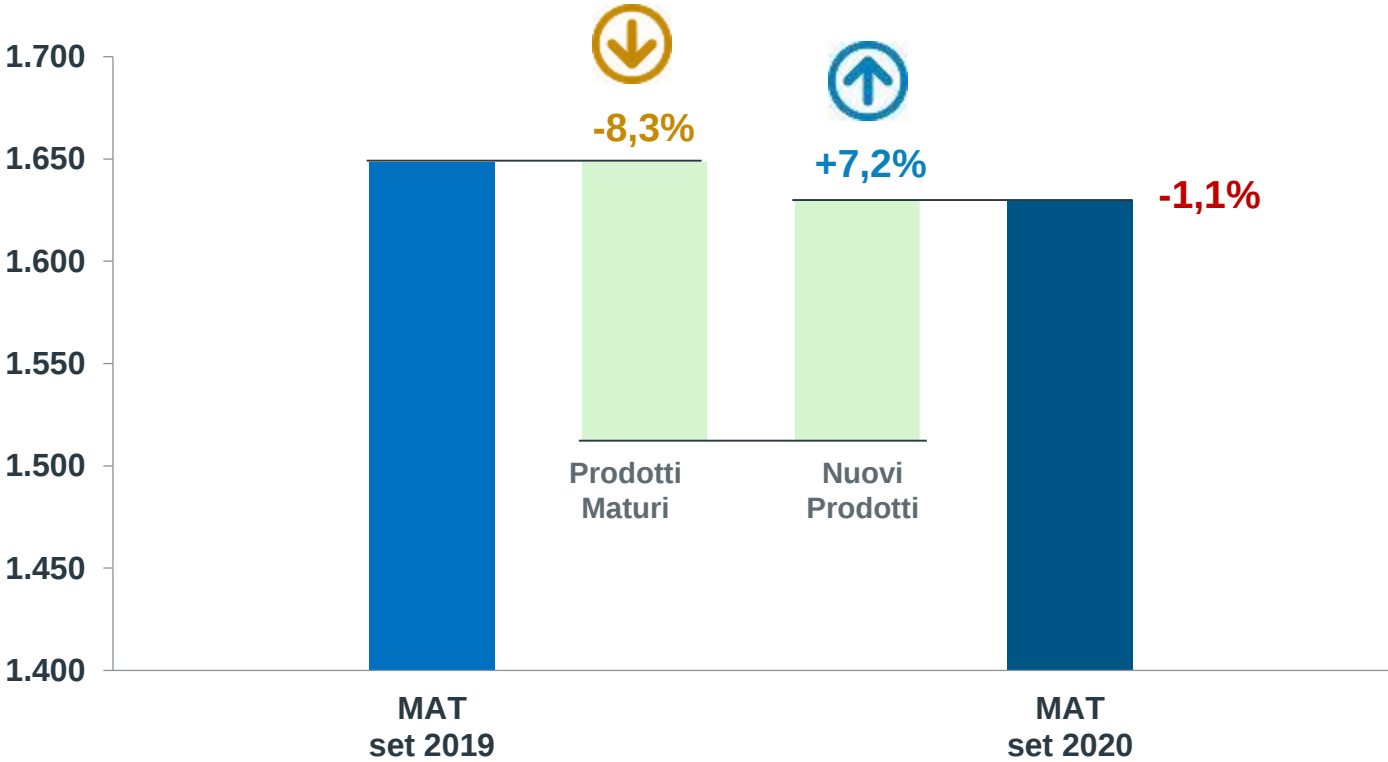
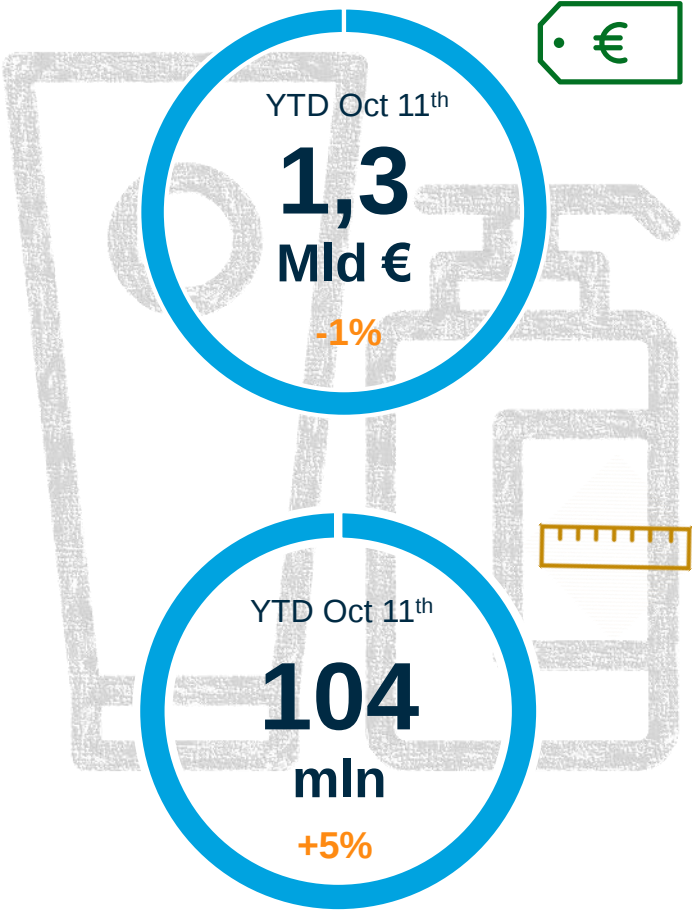
CHC1: 80 FRAGRANCES / 81 MEN BEAUTY PROD / 82 WOMEN BEAUTY PROD / 83 UNISEX BEAUTY PROD / 85 PERSONAL HYGIENE / 86 HAIR PROD



Fonte: IQVIA PTR-I MAT 06/20 (eur/pub)

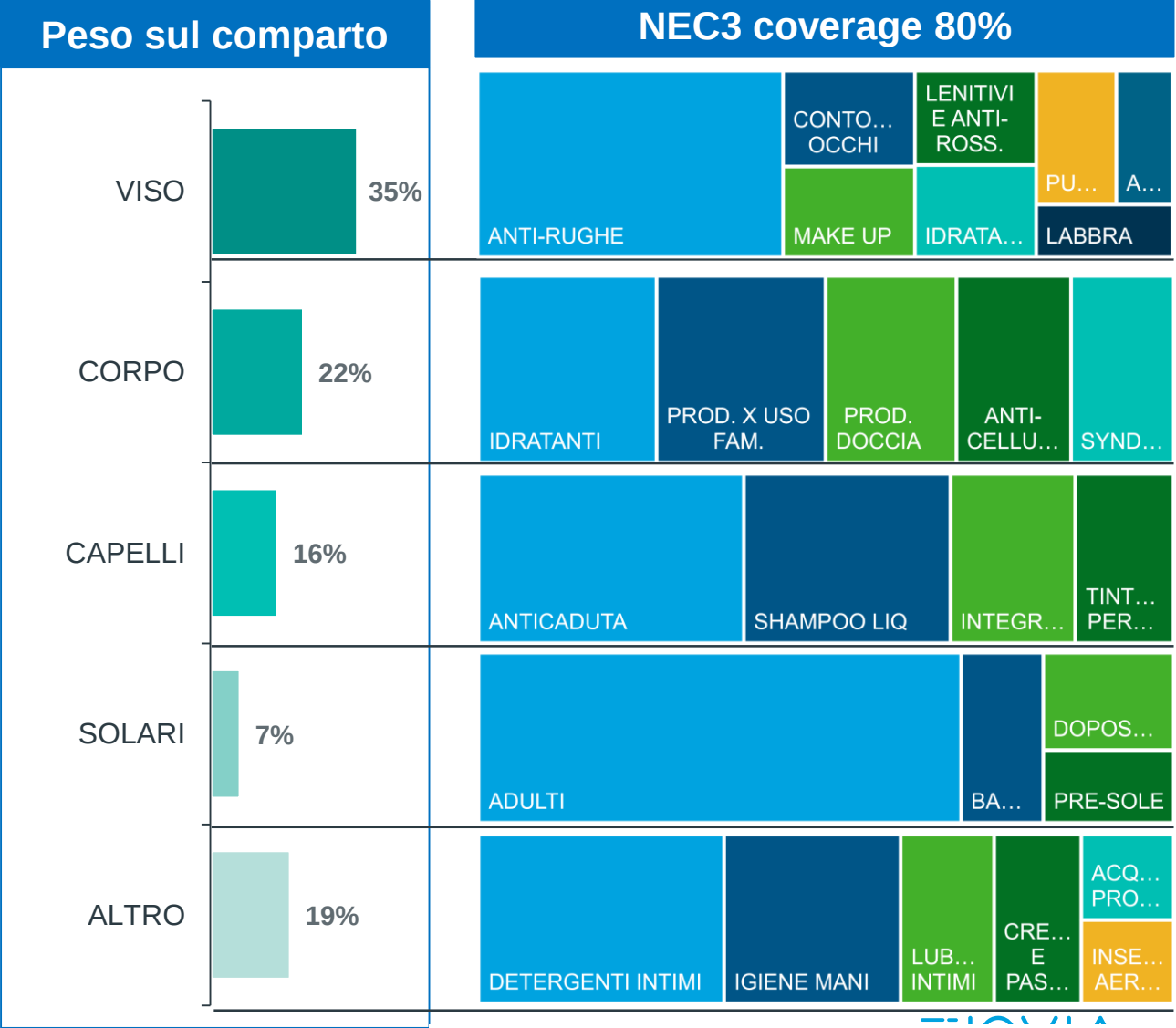
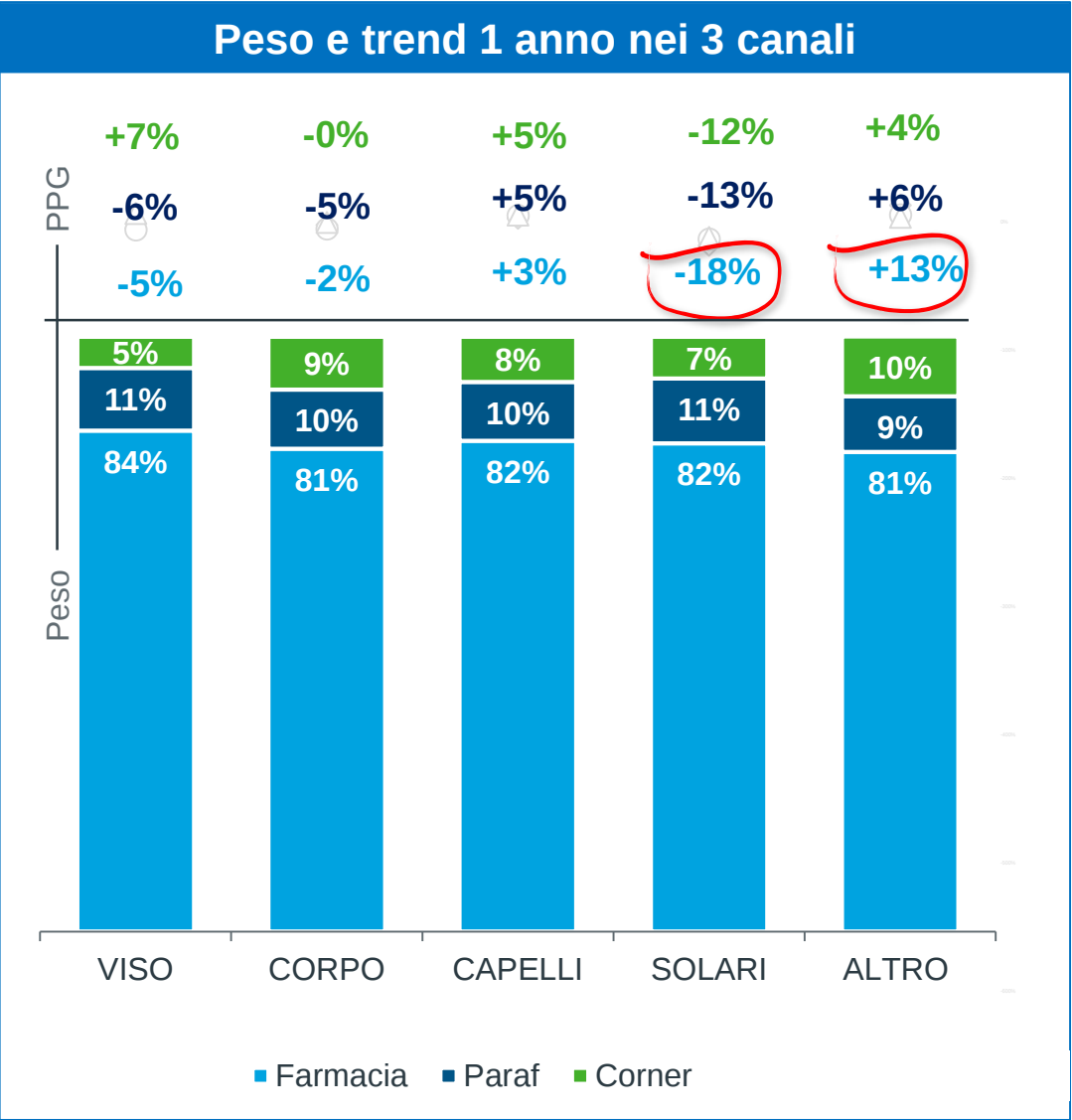
Market & new product impact

Dermocosmetics: NEC 80-81-82-83-85-86-88-89

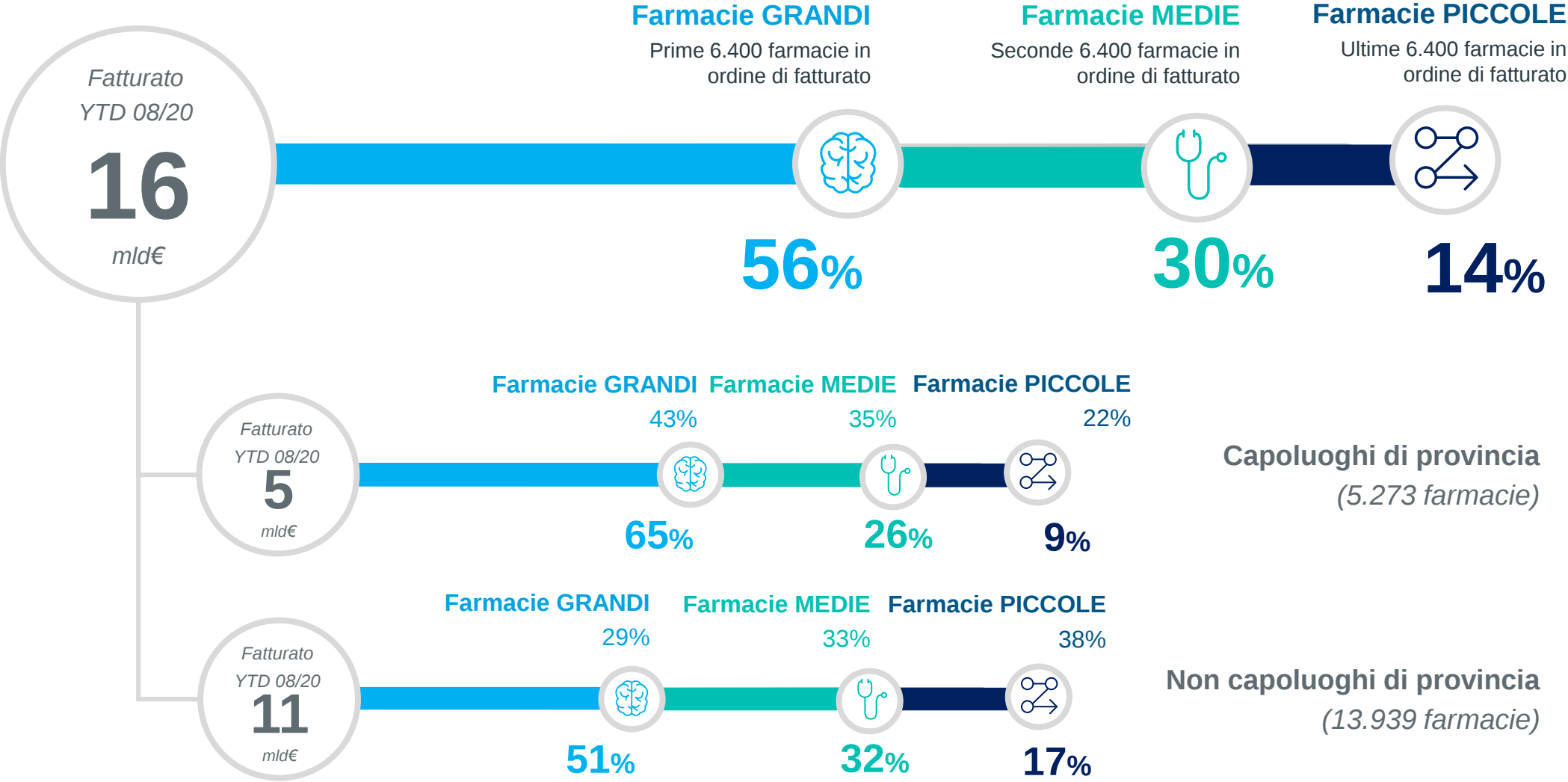


Si considerano 'Nuovi Prodotti' i prodotti lanciati negli ultimi 12 mesi

Focus on dermocosmetic: best performance for pharmacy and corner

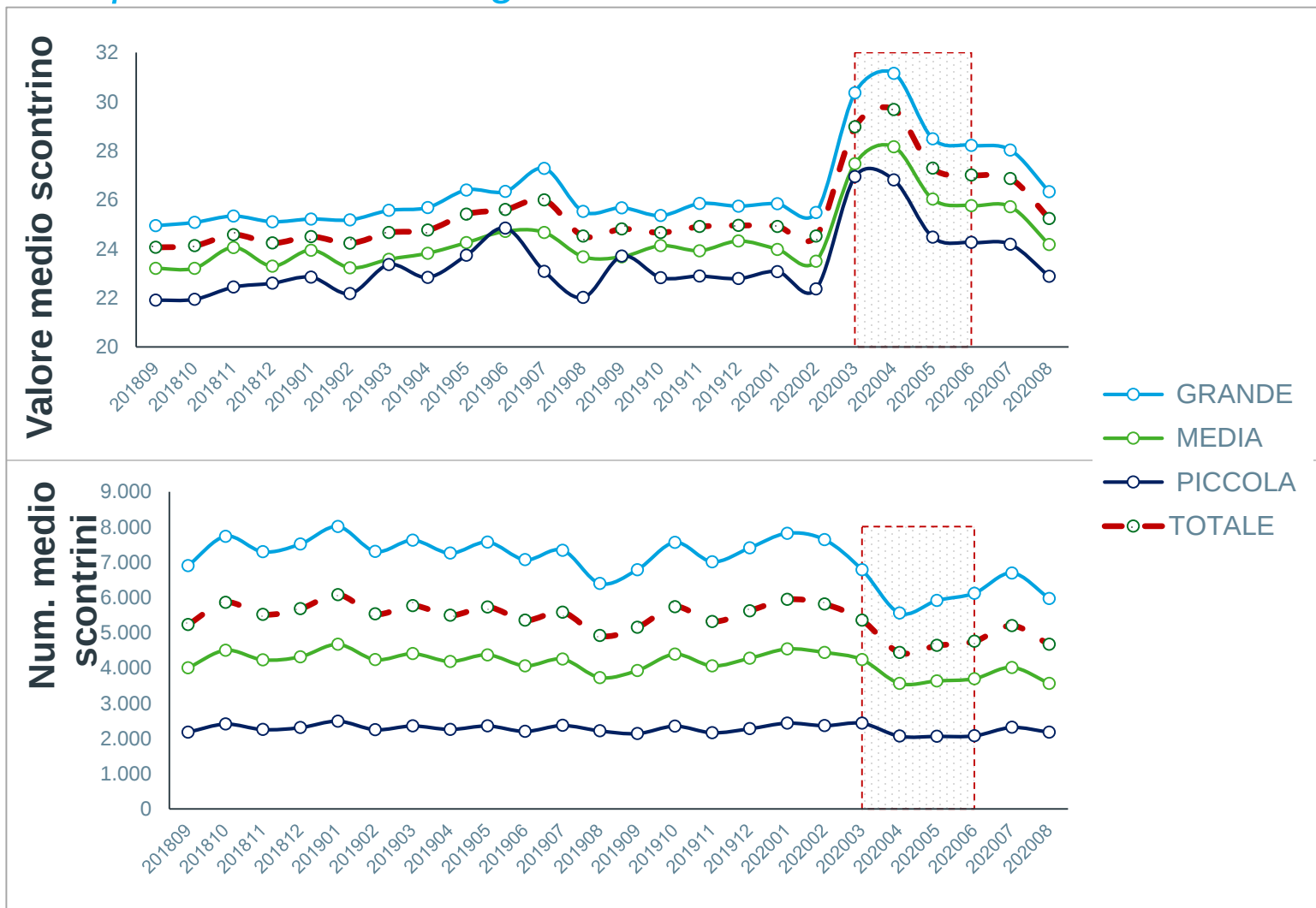


Ripartizione fatturato canale farmacia (Gen-Ago 2020)



Analisi scontrino

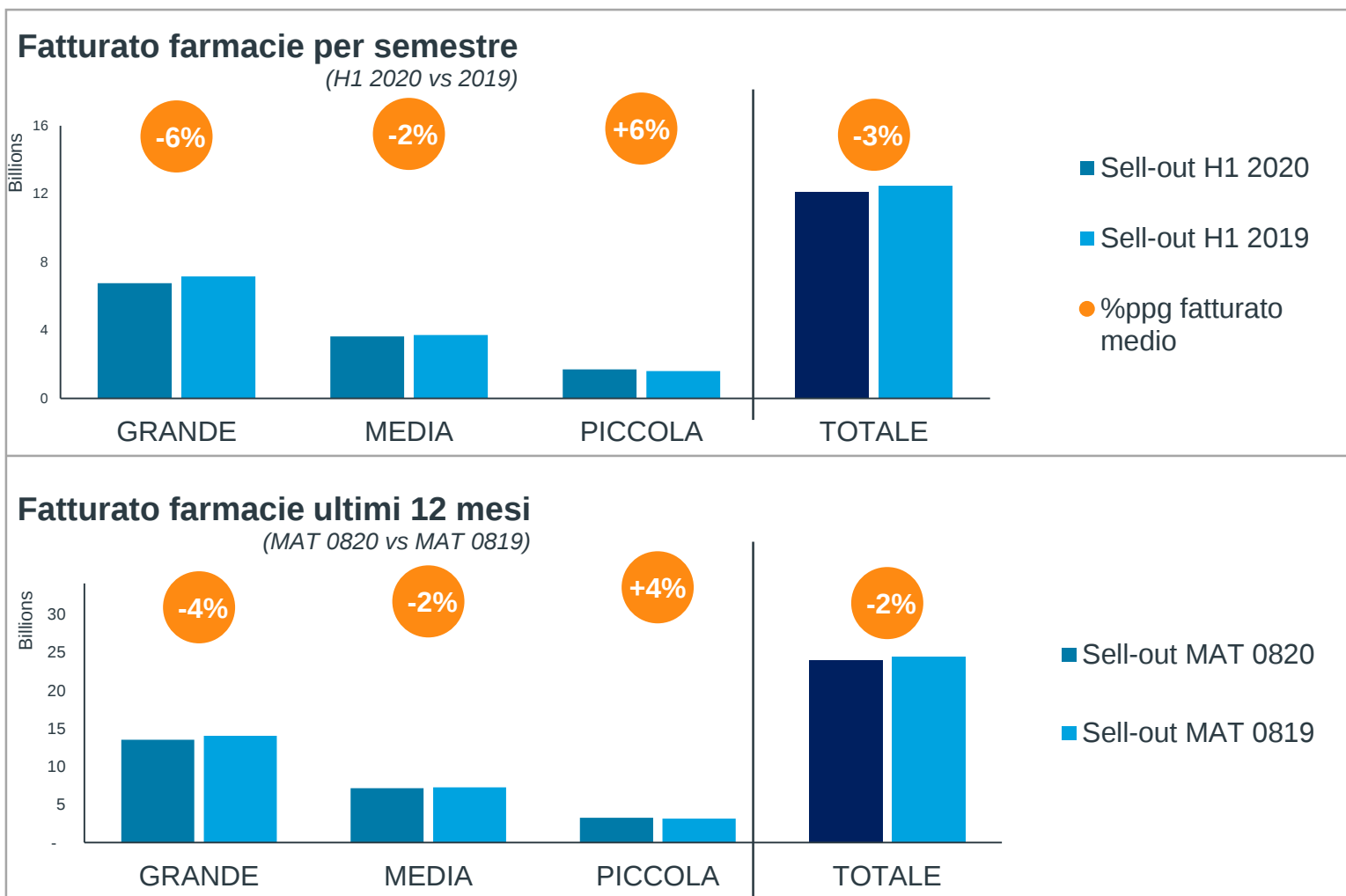
Nel periodo Marzo-Giugno cresce il valore dello scontrino medio e si riduce il numero di ingressi



- + Il valore medio dello scontrino, storicamente compreso tra € 22 e € 26, nel secondo trimestre 2020 è **salito fino a € 30**, per poi tornare ai livelli dello scorso anno nel periodo estivo
- + Contestualmente alla **crescita del valore medio** dello scontrino nel secondo trimestre 2020, si registra una **riduzione di ingressi** in farmacia
- + Il confronto del primo semestre 2020 con il secondo del 2019 registra una variazione del **+7,6%** (a valore) e **-8,9%** (n. medio scontrini)
- + I primi 6 mesi del 2020 rispetto allo stesso periodo del precedente anno mostrano un **+8,0%** (a valore) e **-4,3%** (n. medio scontrini)

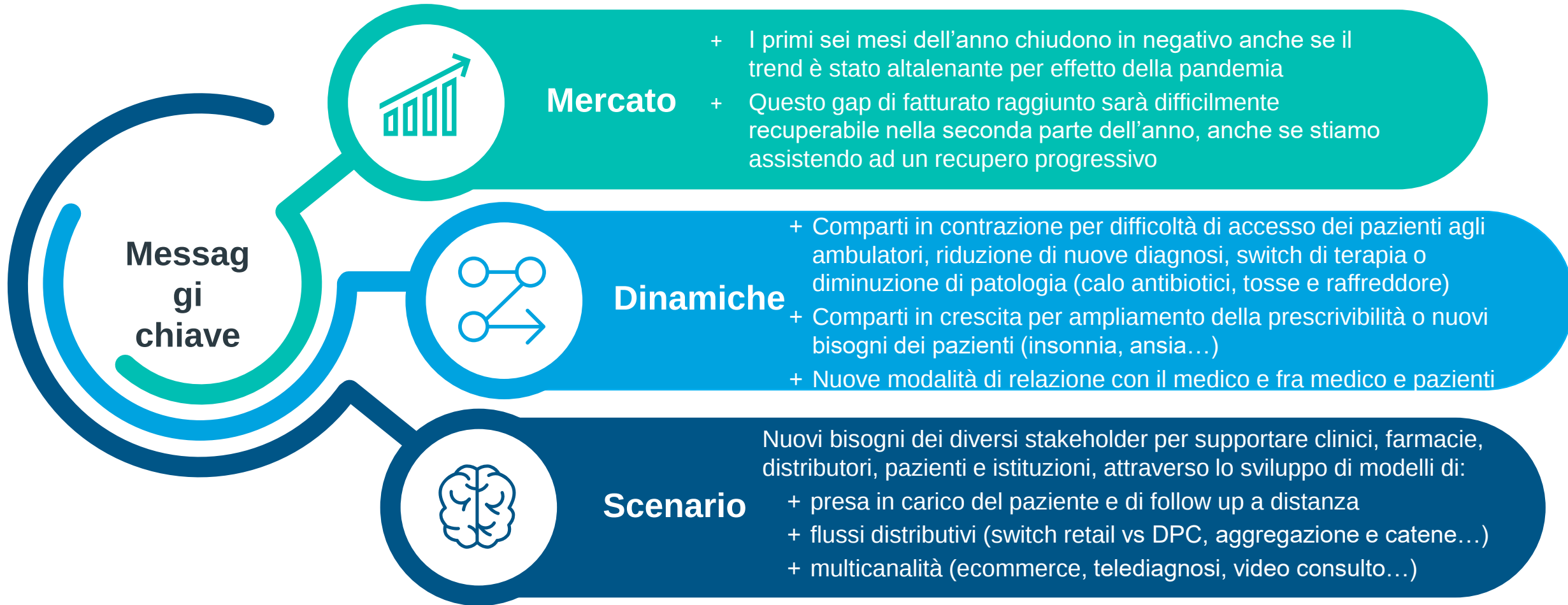
Comportamento per tipologia di farmacia

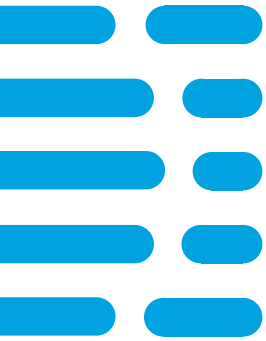
Le farmacie grandi pari a quasi il 30% dei punti vendita italiani, hanno una quota di mercato del 50% e registrano un segno negativo superiore alla perdita del mercato



- + Nel primo semestre 2020 le farmacie hanno reagito diversamente alla crisi legata alla pandemia
- + A risentire maggiormente della crisi sono le farmacie più grandi, principalmente collocate nei grandi centri urbani
- + Le farmacie medio-piccole mostrano segni positivi e buona reazione al mercato, con performance positiva delle piccole soprattutto nel periodo di lockdown

Take home messages

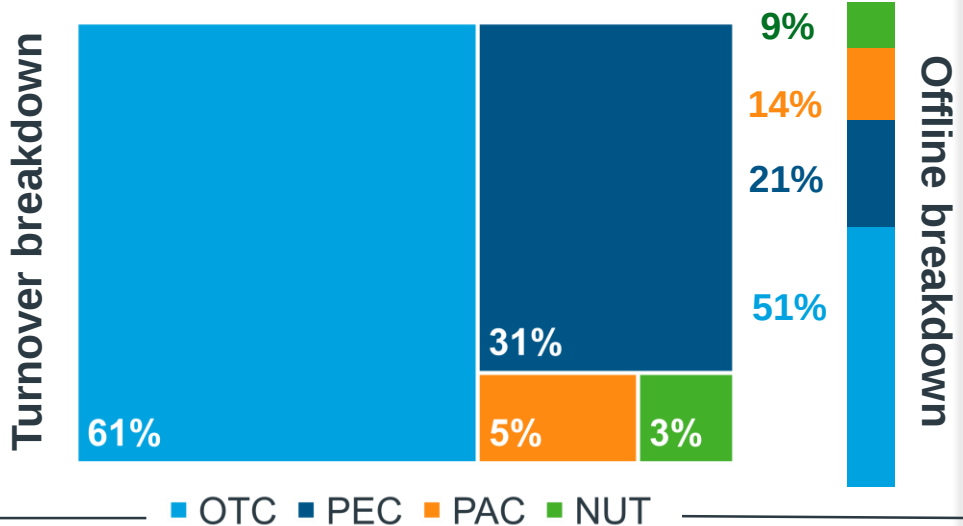
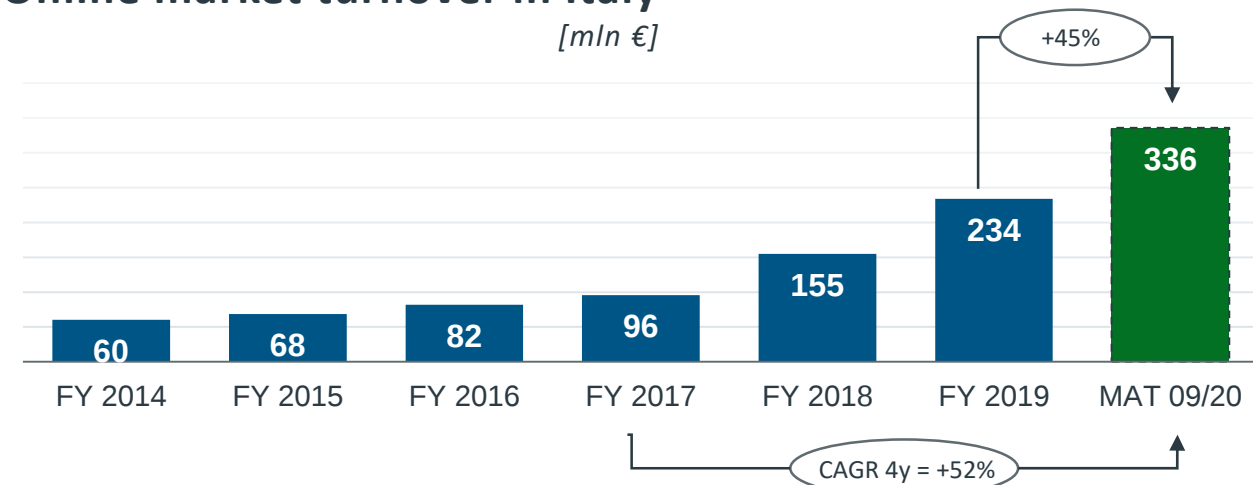




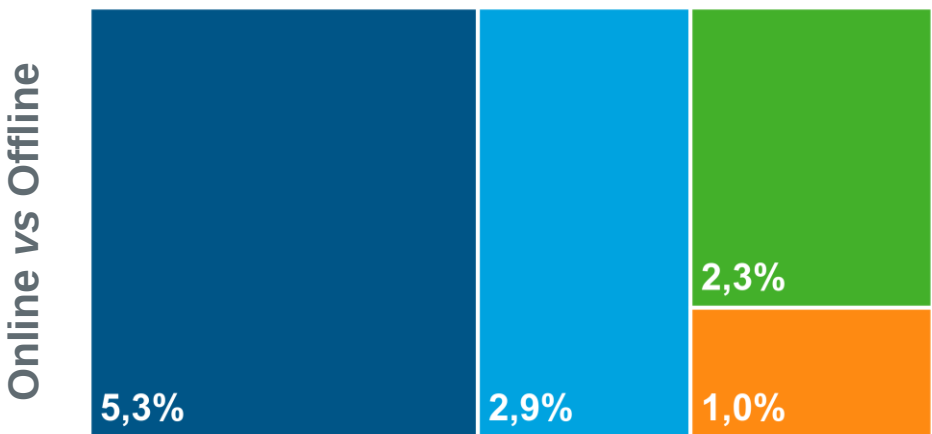
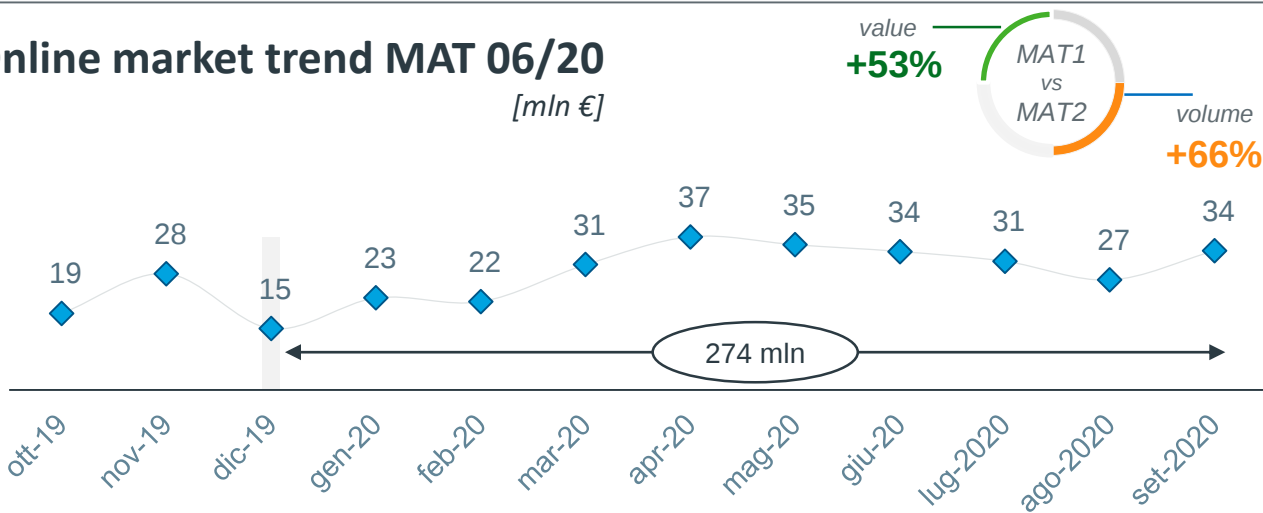
ONLINE CHANNEL

e-Commerce overview – June 2020

Online market turnover in Italy
[mln €]



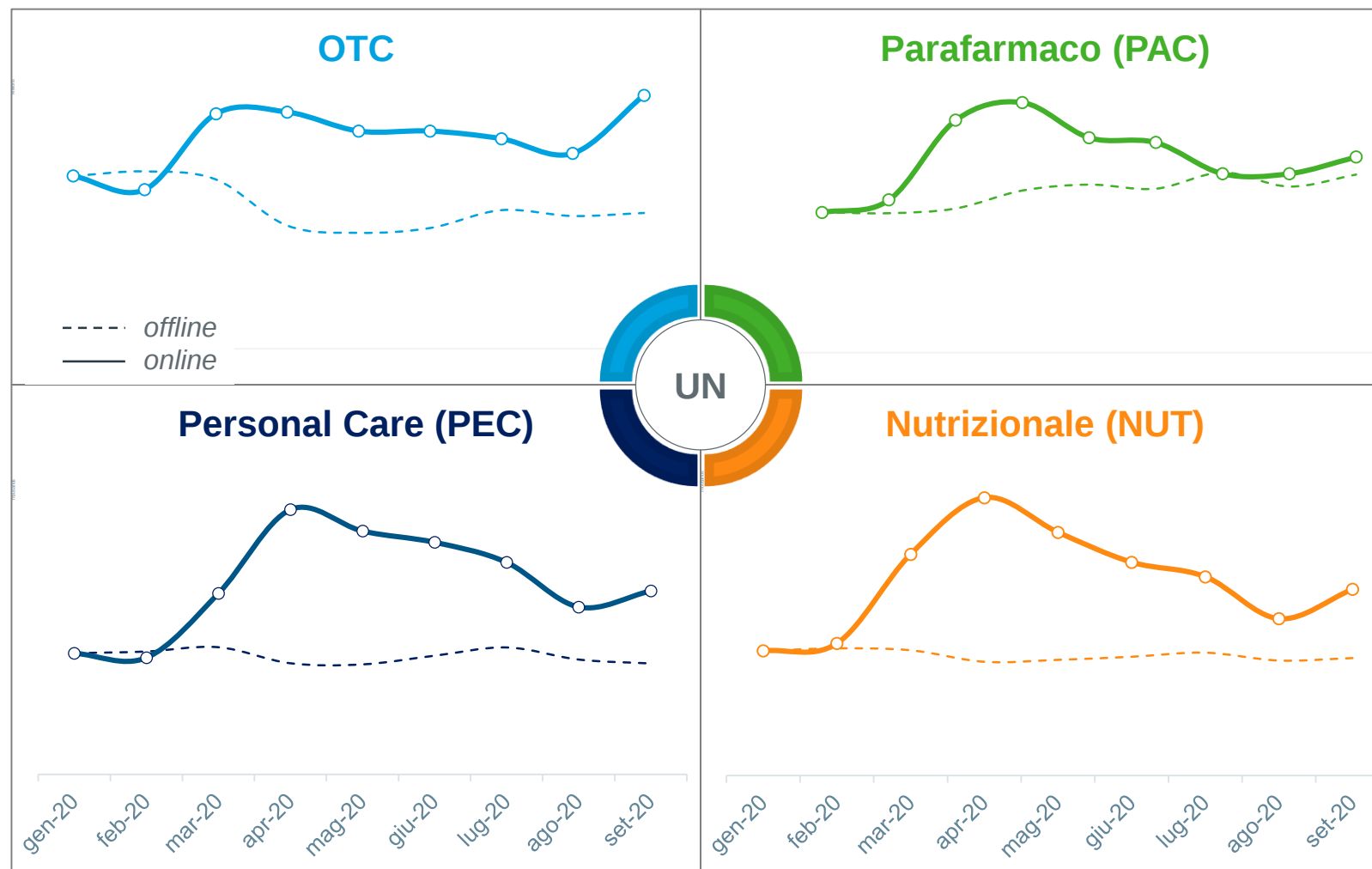
Online market trend MAT 06/20
[mln €]



Online vs Offline (MAT 06/20) = **3,1%**

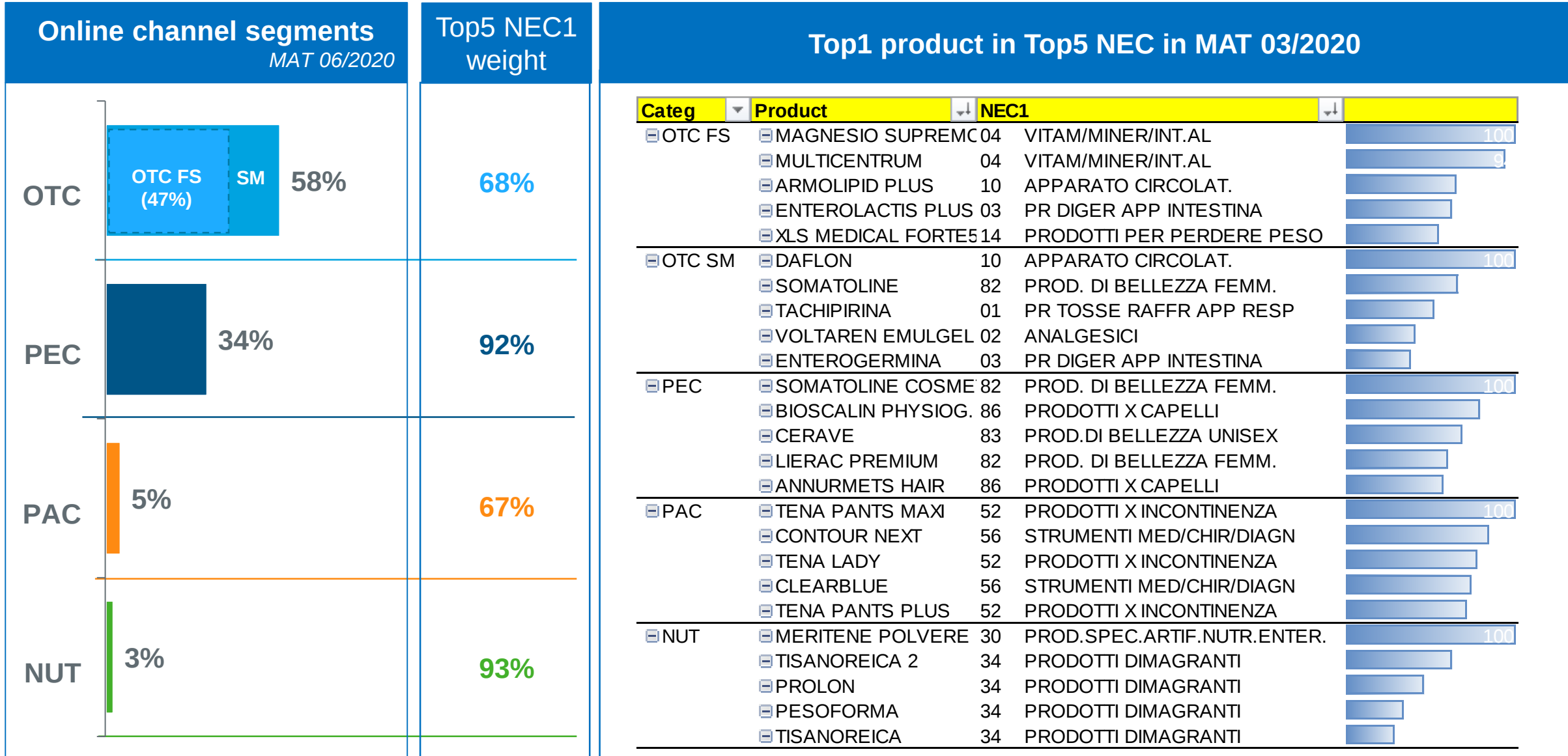
Online vs offline trends

Fast growing during the lockdown and in September



CLS	Top3 NEC3	Crescita%
OTC	03F1-PROBIOTICI	+3%
	05F1-IMMUNOSTIMOLANTI	+15%
	10F3-ALTRI REGOL.COLEST.	+3%
PEC	86H2-PROD CADUTA CAPELLI	+6%
	82B5-A/ETA A/RUGHE X VISO	+2%
	86J1-CAPSULE/COMPRESSE	+9%
PAC	56E2-TEST X GLUC. SANGUE	0%
	57K9-ALTRI ACC. SANITARI	+25%
	56D4-TERMOMETRI DIGITALI	+12%
NUT	34A1-PASTI SOSTITUTIVI	+2%
	36D1-ALIM ENERG.X SPORTIVI	+4%
	30B1-SUPPL. NUTRIZIONALI	+2%

Top5 NEC more than 60% of market share



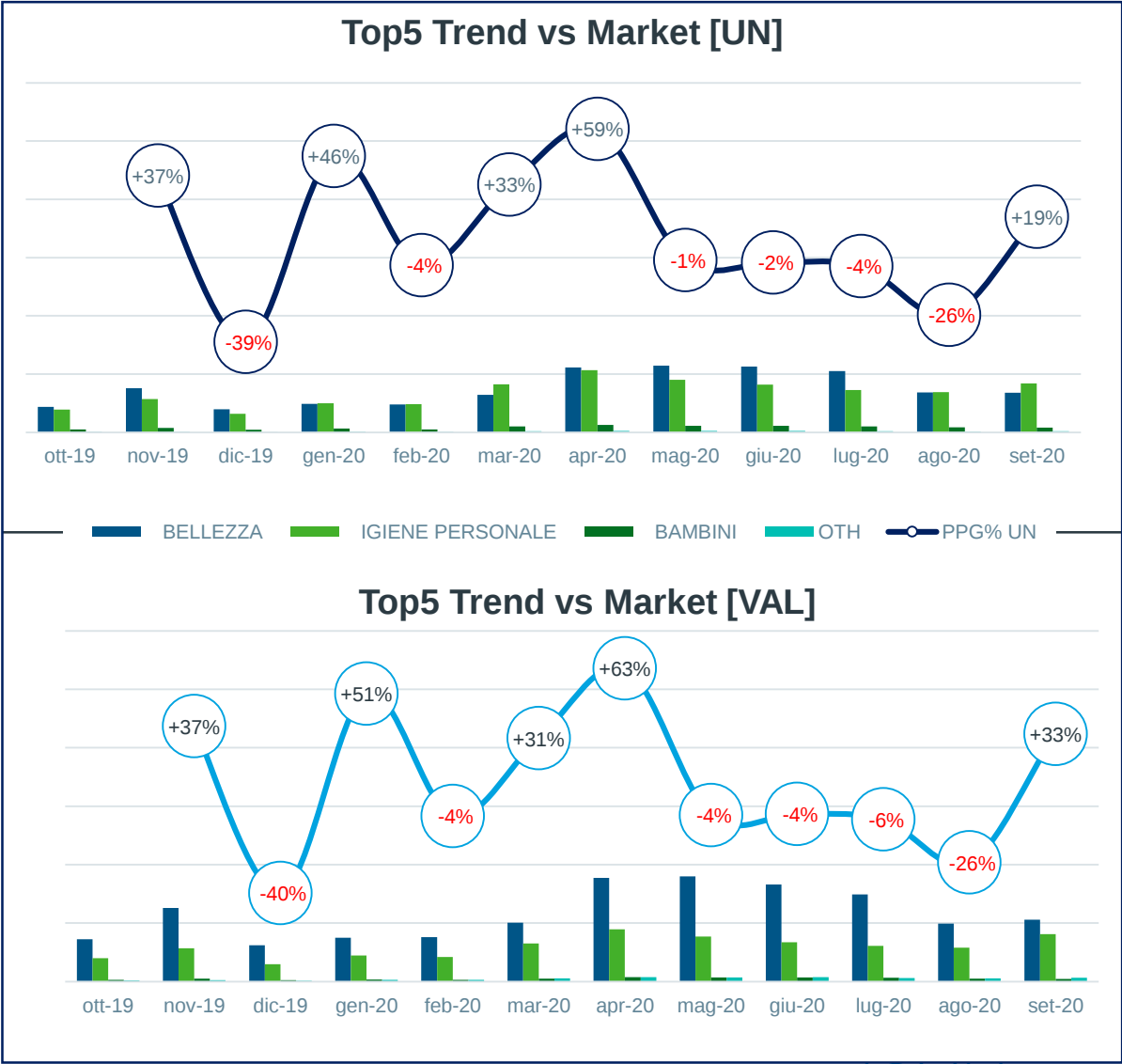
Personal Care in online channel

NEC 80-81-82-83-85-86-88-89



Source: e-Commerce tracking

© 2020. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States, the European Union, and various other countries.

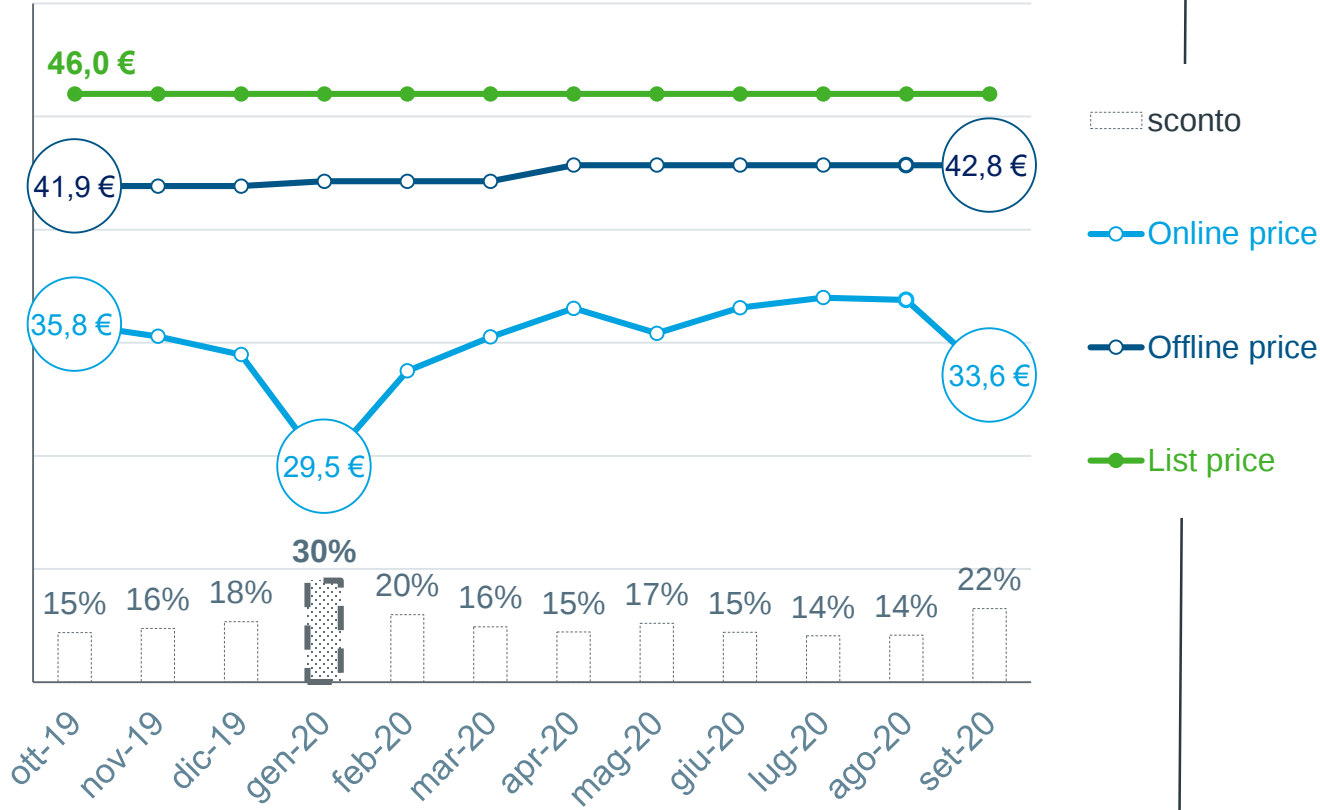


Price trends



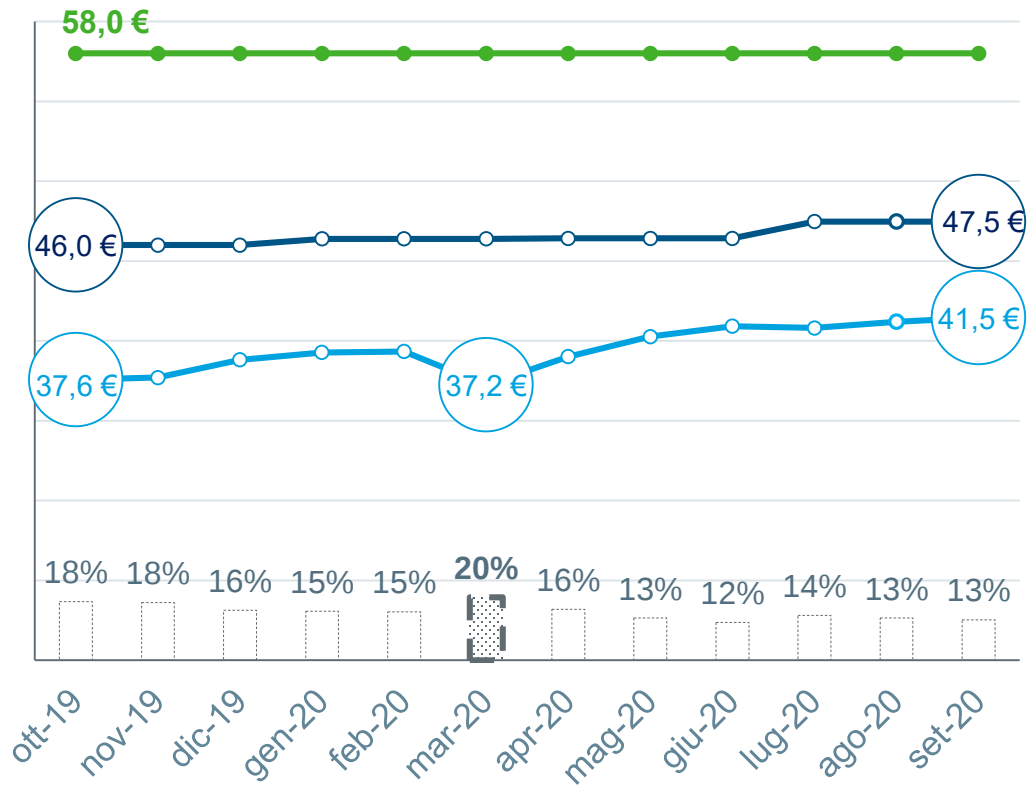
BIOSCALIN PHYSIOG. BIPACK 30+30 60

Sconto medio 15%, con picchi a 30%

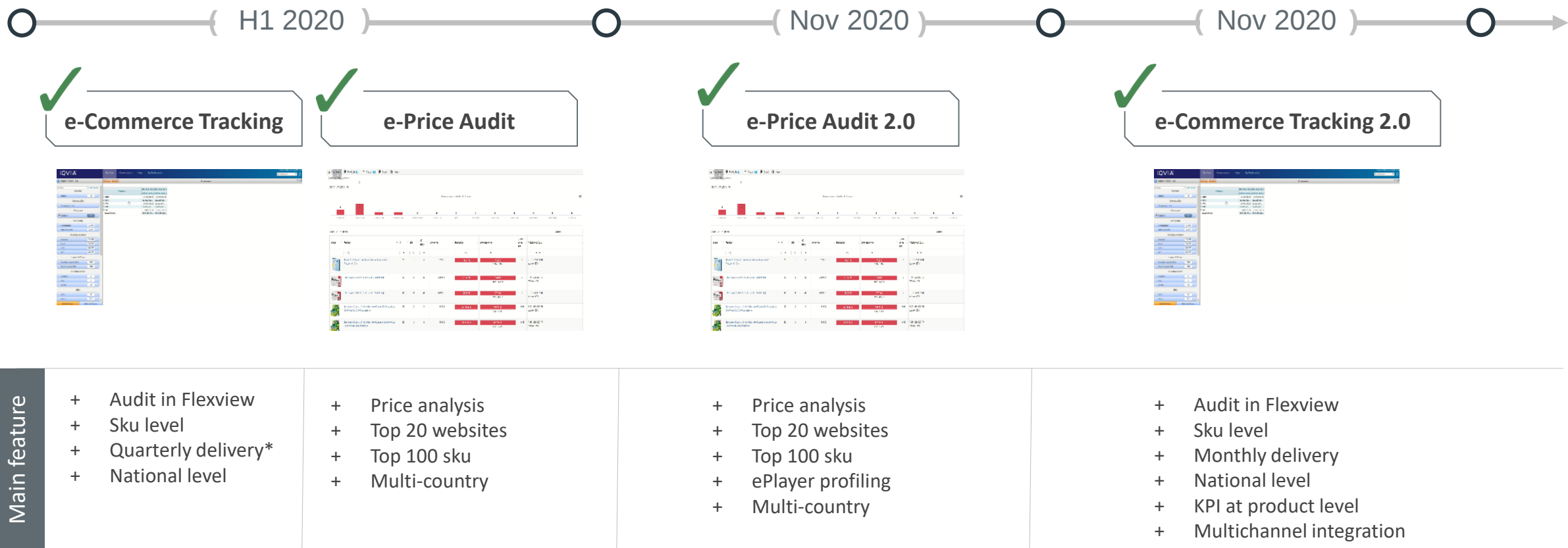


SOMATOLINE BUSTE 30 10G

Sconto medio 15%



Next step



* From Q3 2020 monthly delivery and multichannel integration

e-Price Audit webinar – 10 Nov 2020



e-PRICE AUDIT

- Quali sono le opportunità di crescita nel canale e-Commerce?
- Quali sono i siti online più efficaci in termini di posizionamento e pricing?
- Come cambiano i prezzi dei prodotti nel canale online?
- Quali sono le principali differenze di posizionamento prezzi tra online e offline?

Come monitorare i prezzi dei prodotti venduti tramite e-Commerce?

Dopo e-Commerce Tracking, IQVIA Italia lancia il nuovo servizio **e-Price Audit**, il servizio che consente di ottimizzare le strategie di posizionamento prezzo nel canale online, in relazione all'analisi di potenzialità dei siti monitorati.

Con **e-Price Audit** potrai:

- analizzare il **comportamento online del listino** della propria azienda e della concorrenza
- essere quotidianamente informati sulle **variazioni dei prezzi online** dei principali siti in Italia e nel mondo
- **monitorare i competitor** più aggressivi sul canale
- monitorare gli e-retailer che operano con sistemi automatici di **dynamic pricing**
- garantire che le **regole sui prezzi dei propri prodotti** siano in linea con gli standard interni di qualità

Un osservatorio privilegiato per pianificare le strategie di posizionamento



Un supporto unico per le aziende che vogliono aprire un canale di e-commerce

Uno strumento per ottimizzare tempi e risorse per monitorare la concorrenza





<https://www.linkedin.com/showcase/iqvia-consumer-health/>

Thank you