

NL



Scanner
ORIZZONTI

Osservatorio Catene

Elena Folpini
Managing Director **New Line Ricerche di Mercato**

NL

Scanner
ORIZZONTI

O s s e r v a t o r i o C a t e n e

Agenda

- ﹂ Evoluzione dello scenario competitivo
- ﹂ Performance a confronto

Osservatorio Catene

Evoluzione dello scenario competitivo

L'evoluzione organizzativa del canale sta enfatizzando le differenze tra le strutture organizzate e le Farmacie territoriali indipendenti

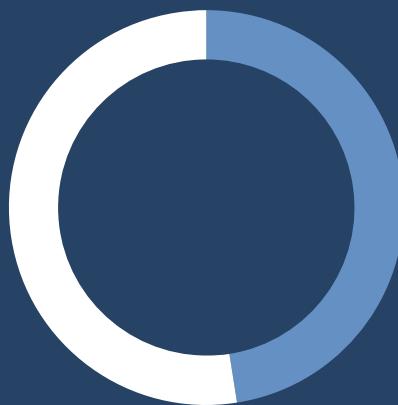
La fotografia del canale a ottobre 2025

**FARMACIE****PARAFARMACIE****E-PHARMA**

9,5k (47,5%) in Network o Catena

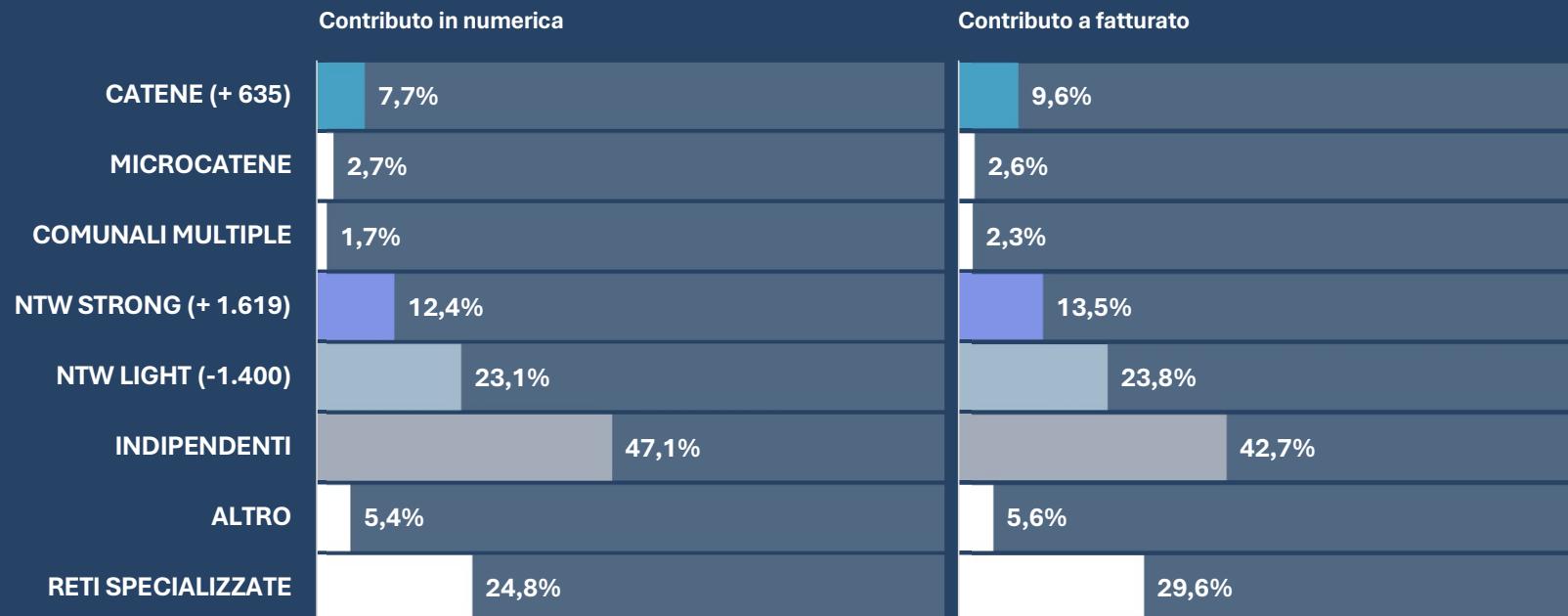
4,1k di cui 331 (8,1%) in Catena

1,8k di cui 764 (43,1%) siti attivi



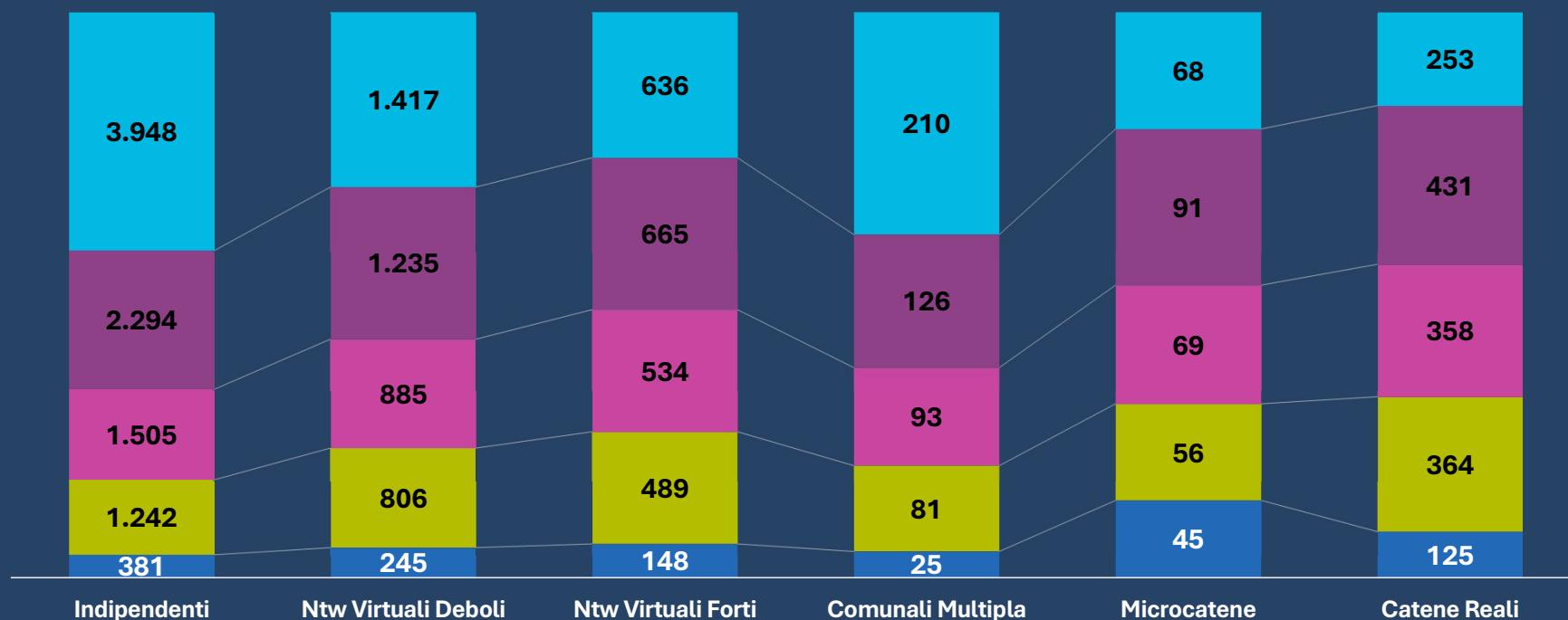
Elaborazioni New Line RDM | Anagrafiche Network e Catene aggiornate a ottobre 2025 | Farmacie e Parafarmacie peso in numerica e variazioni vs 2022

La necessità di efficientamento, soprattutto nella relazione con l'Industria, spinge verso livelli di loyalty crescente



Elaborazioni New Line RDM | Anagrafiche aggiornate a ottobre 2025, variazioni vs 2022 | ALTRO include GRUPPI di 2 farmacie e COMUNALI <5 farmacie

La composizione in termini dimensionali è disomogenea all'interno di ciascun cluster



Super Grandi | Grandi | Medio Grandi | Medio Piccole | Piccole

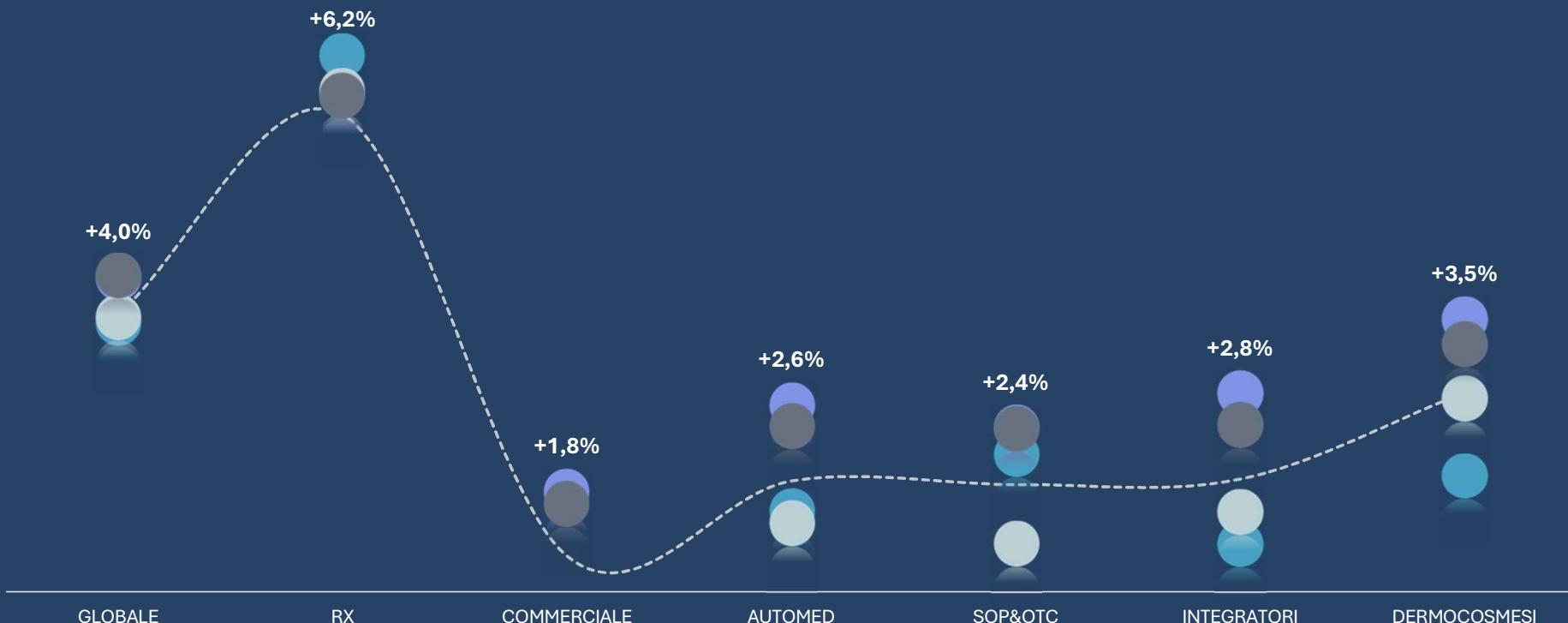
Elaborazioni New Line RDM | Anagrafiche Network e Catene aggiornate a ottobre 2025

Osservatorio Catene

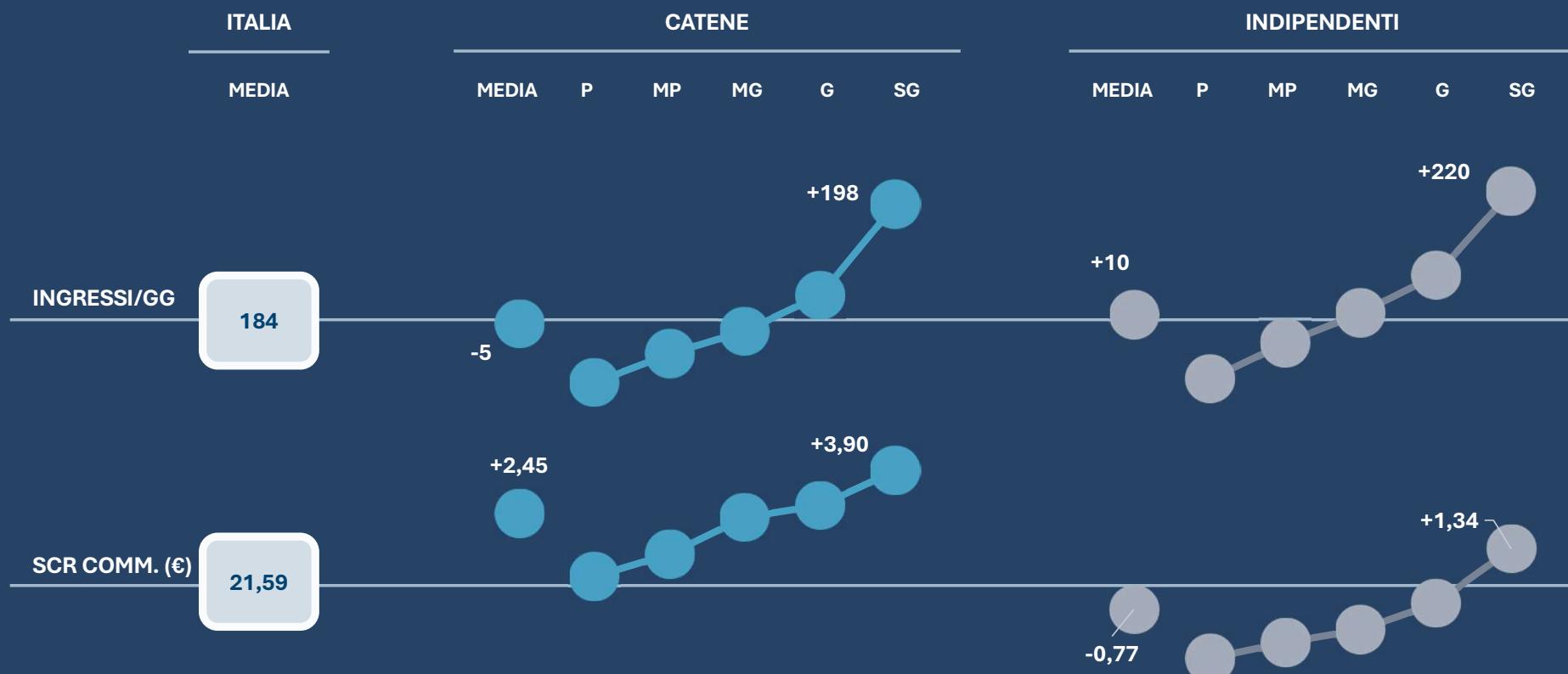
Performance a confronto

Le strutture organizzate stanno già implementando strumenti innovativi, che garantiscono risultati tanto più significativi tanto più è forte il legame con la centrale

Progressivo a ottobre: contributo prevalente delle Catene in area Rx e dei Network Strong in area Commerciale

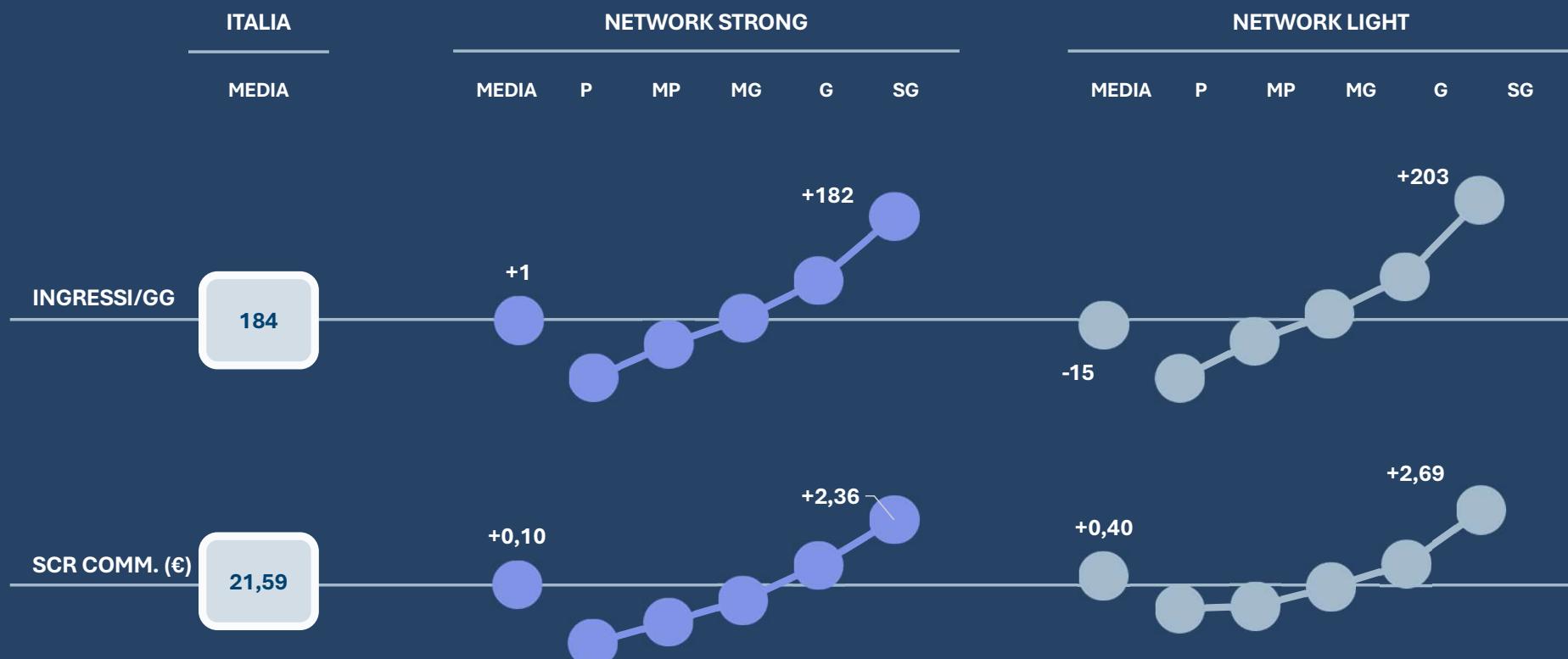


Significativa differenza sul valore dello scontrino commerciale tra Catene Reali e Farmacie Indipendenti



Elaborazioni New Line RDM | Farmacia YTD 06/25 | Farmacia: **P**: < 0,9 Mio€; **MP**: 0,9 – 1,4 Mio€; **MG**: 1,4 – 1,9 Mio€; **G**: 1,9 – 3,0 Mio€; **SG**: > 3,0 Mio€

Minori le differenze tra Network Virtuali Strong e Light: il valore dello scontrino commerciale cresce sempre con la dimensione della Farmacia



Elaborazioni New Line RDM | Farmacia YTD 06/25 | Farmacia: **P**: < 0,9 Mio€; **MP**: 0,9 – 1,4 Mio€; **MG**: 1,4 – 1,9 Mio€; **G**: 1,9 – 3,0 Mio€; **SG**: > 3,0 Mio€

010

Le strutture più organizzate mostrano maggiore efficienza su tutti i parametri: alto margine di miglioramento per le Farmacie indipendenti



L'importanza di una specifica politica dei prezzi

Due elementi cruciali:

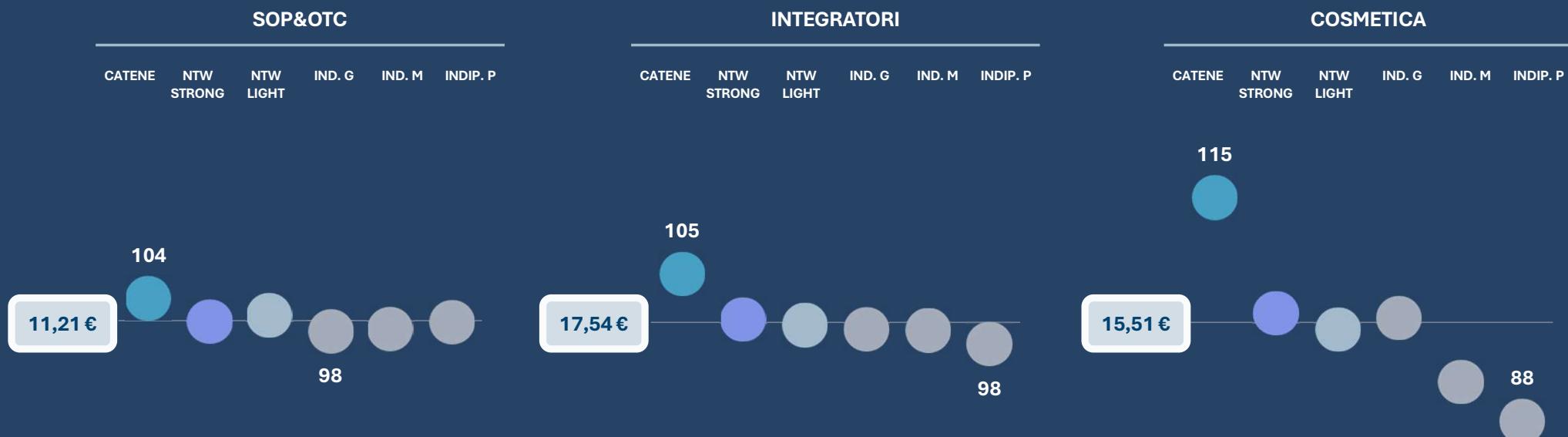
- ▶ disponibilità di strumenti di calcolo evoluti
- ▶ possibilità di propagare in tempo reale il risultato del calcolo all'interno dei gestionali

Se la competizione cresce, anche gli strumenti per affrontarla devono essere costantemente migliorati

Per non corrodere in modo casuale punti di marginalità, occorre una precisa strategia, che tenga conto del prodotto/mercato, del contesto, del bacino di utenza e del posizionamento specifico



Fotografia a giugno 2025: ampie differenze di posizionamento, con significato diverso in funzione del mercato



Gli assortimenti sono paragonabili, le differenze sono legate principalmente alle differenti politiche di prezzo

La differenza nel prezzo medio deriva sia dalla **scelta assortimentale** in cui la **PL è spesso presente** e ancora dalla **diversa gestione della promozionalità**

Nella Cosmetica la differenza di posizionamento è significativa e **in gran parte risultante da una scelta assortimentale molto diversa**

La Private Label è in grande crescita nelle Catene, con una penetrazione di mercato negli Integratori paragonabile alle Reti Specializzate

Categorie	Rank	Catene			Reti Specializzate			Network		
		Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo	Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo	Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo
Automed Integratori		8.1%	+2.4	-29.7%	11.2%	-0.0	-28.3%	0.4%	+0.0	-34.0%
Prodotti per la Gola	20	28.1%	+8.8	-36.9%	26.3%	+0.0	-24.2%	2.1%	-0.0	-35.2%
Probiotici	1	21.8%	+4.6	-31.7%	18.9%	+0.0	-27.7%	0.8%	+0.3	-25.4%
Prodotti per la Tosse	10	13.8%	+7.3	-26.3%	17.1%	+0.0	-20.1%	1.9%	-0.6	-18.0%
Vitamine	4	11.0%	+3.8	-37.4%	12.6%	+0.6	-40.3%	0.6%	+0.0	-44.9%
Sali Minerali	3	9.7%	+2.8	-35.5%	11.3%	+0.1	-31.4%	0.7%	-0.0	-25.5%

In ambito Dermocosmesi le Reti Specializzate rimangono leader nell'uso della Marca Privata ma le Catene stanno ricucendo il gap

Categorie	Rank	Catene			Reti Specializzate			Network		
		Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo	Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo	Quota PL	Δ Quota PL	Δ % Prezzo
Dermocosmesi		2.0%	+0.8	-53.4%	6.4%	+0.0	-12.7%	0.1%	-0.0	-58.2%
Antietà	1	14.0%	+5.6	-26.3%	23.0%	+1.1	-26.7%	-	-	-
Pulizia Viso	9	9.3%	+4.7	-68.3%	20.6%	-0.3	-24.6%	0.1%	-0.2	-60.3%
Protezione e Doposole	2	9.3%	+2.5	-37.4%	20.1%	-0.1	-22.8%	0.0%	+0.0	-38.6%
Antisecchezza, fatica, sudore	38	8.8%	+4.8	-60.0%	20.3%	+1.5	-23.3%	-	-	-
Anticaduta	6	1.6%	+0.2	-69.3%	15.5%	-0.6	-38.6%	-	-	-

La crescente aspirazione ad una vita sana e attiva, diffusa trasversalmente tra le generazioni, vede la Farmacia rinforzare il proprio ruolo di primo riferimento territoriale, sempre accessibile



Questa grande opportunità obbliga il farmacista a fare delle scelte verso soluzioni specifiche e di elevata qualità, con partner affidabili che investano in ricerca innovativa e progetti su misura

NL



Scanner
ORIZZONTI

GRAZIE

Elena Folpini
Managing Director *New Line Ricerche di Mercato*
folpini@newl.it