

NL

Scanner
ORIZZONTI

Osservatorio Catene

Elena Folpini
Managing Director New Line Ricerche di Mercato

Osservatorio Catene

Agenda

- └ Evoluzione dello scenario competitivo
- └ Performance a confronto

Osservatorio Catene

Evoluzione dello scenario competitivo

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

La fotografia del canale a ottobre 2025



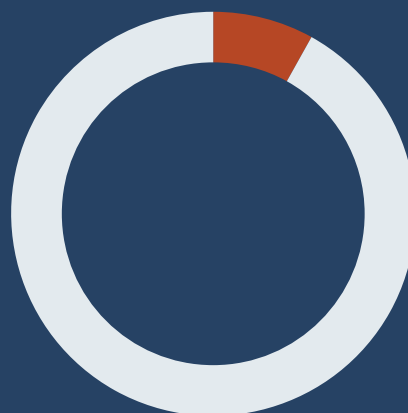
FARMACIE

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



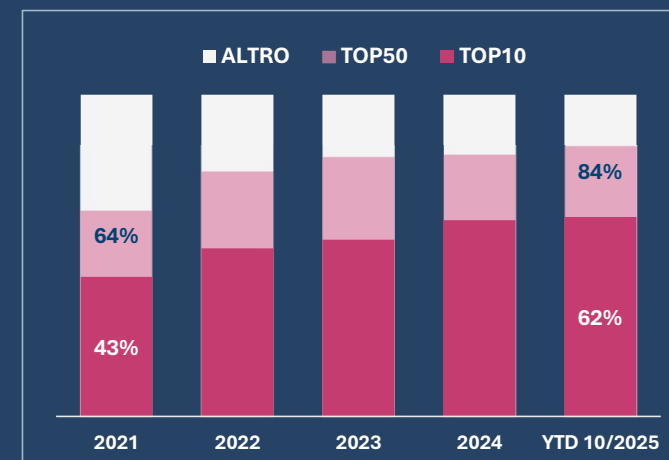
PARAFARMACIE

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



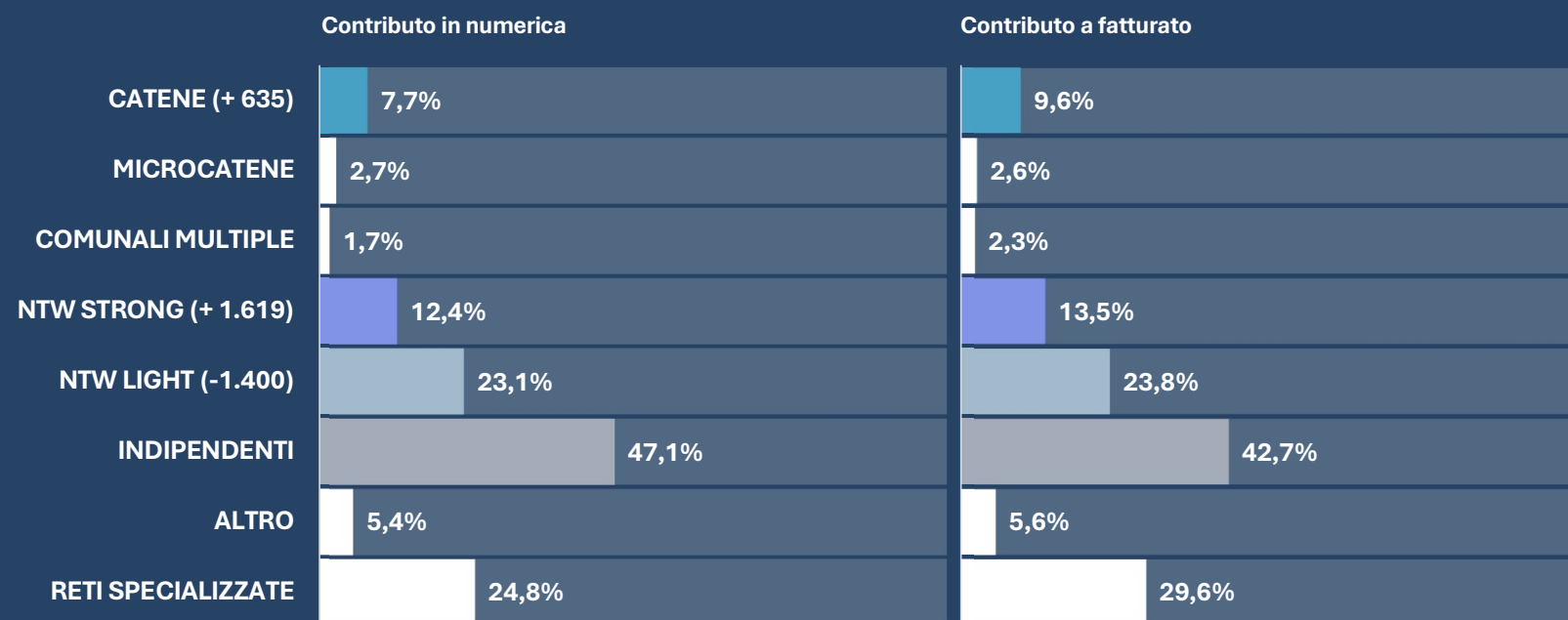
E-PHARMA

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



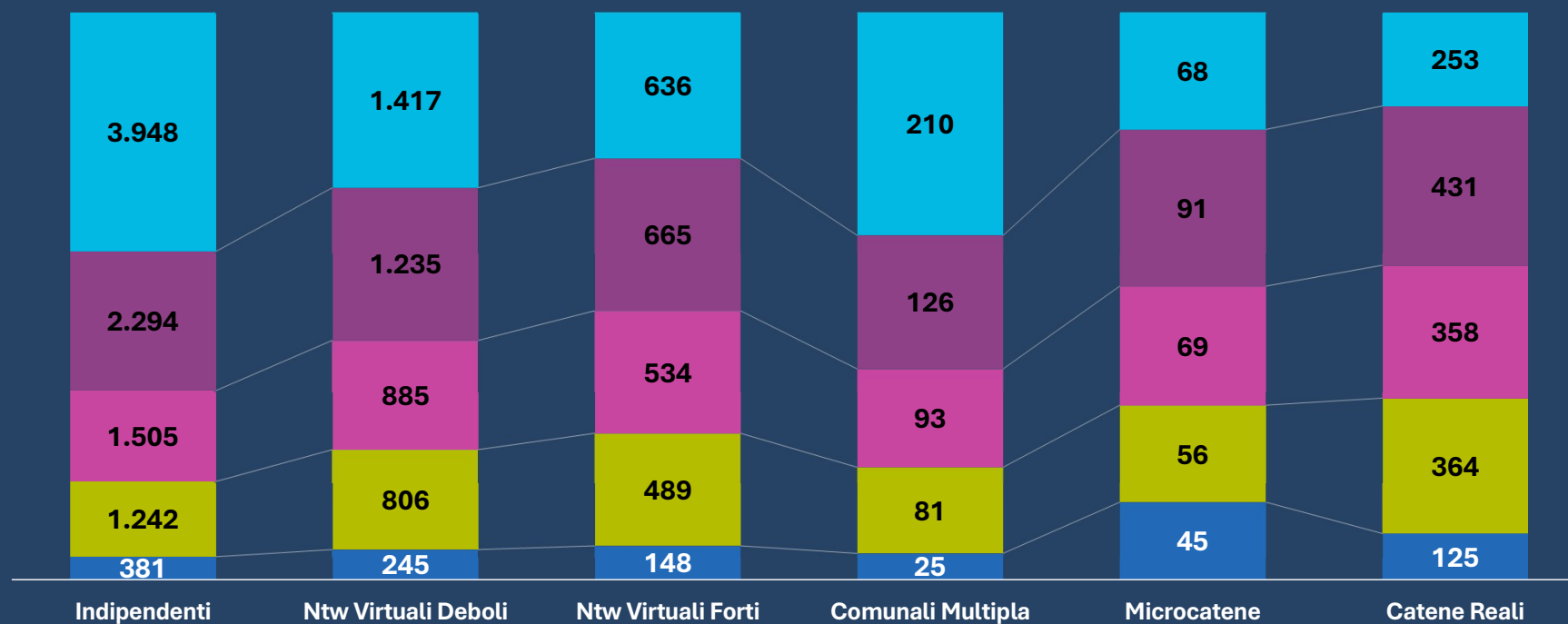
Elaborazioni New Line RDM | Anagrafiche Network e Catene aggiornate a ottobre 2025 | Farmacie e Parafarmacie peso in numerica e variazioni vs 2022

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

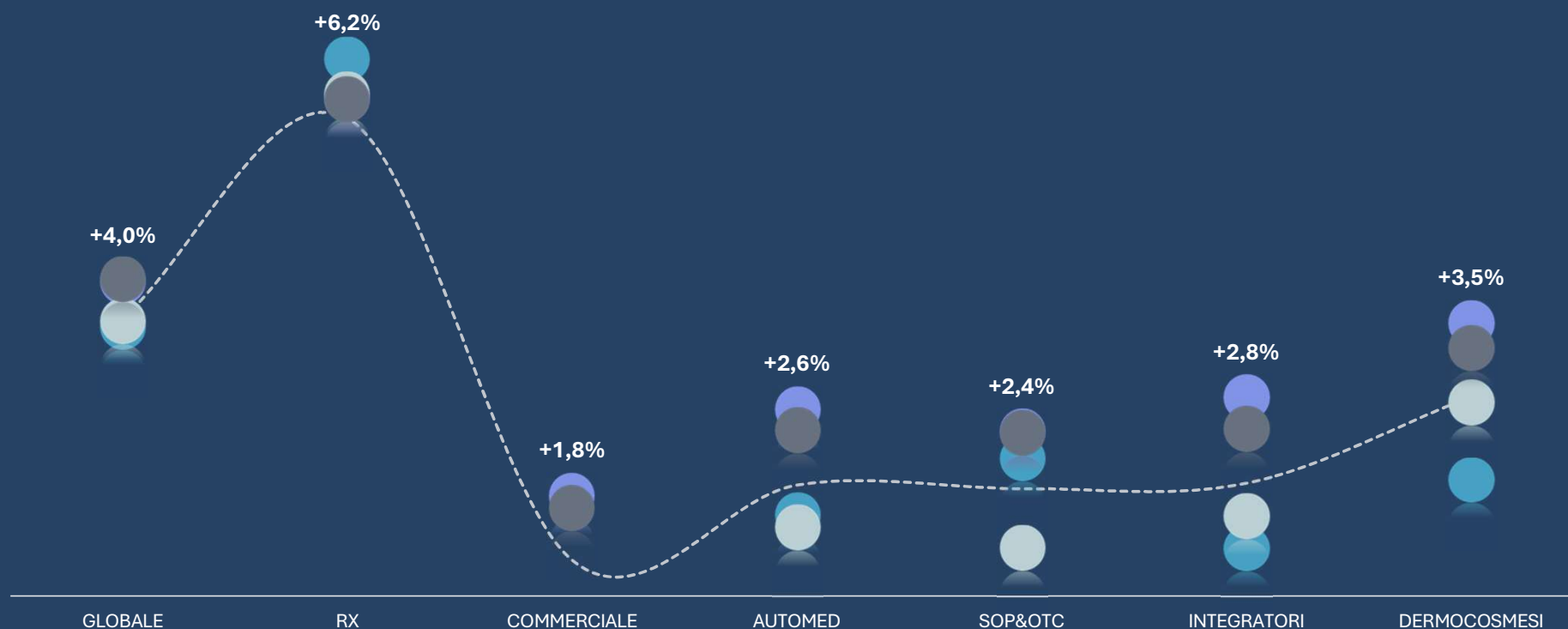
Elaborazioni New Line RDM | Anagrafiche Network e Catene aggiornate a ottobre 2025

Osservatorio Catene

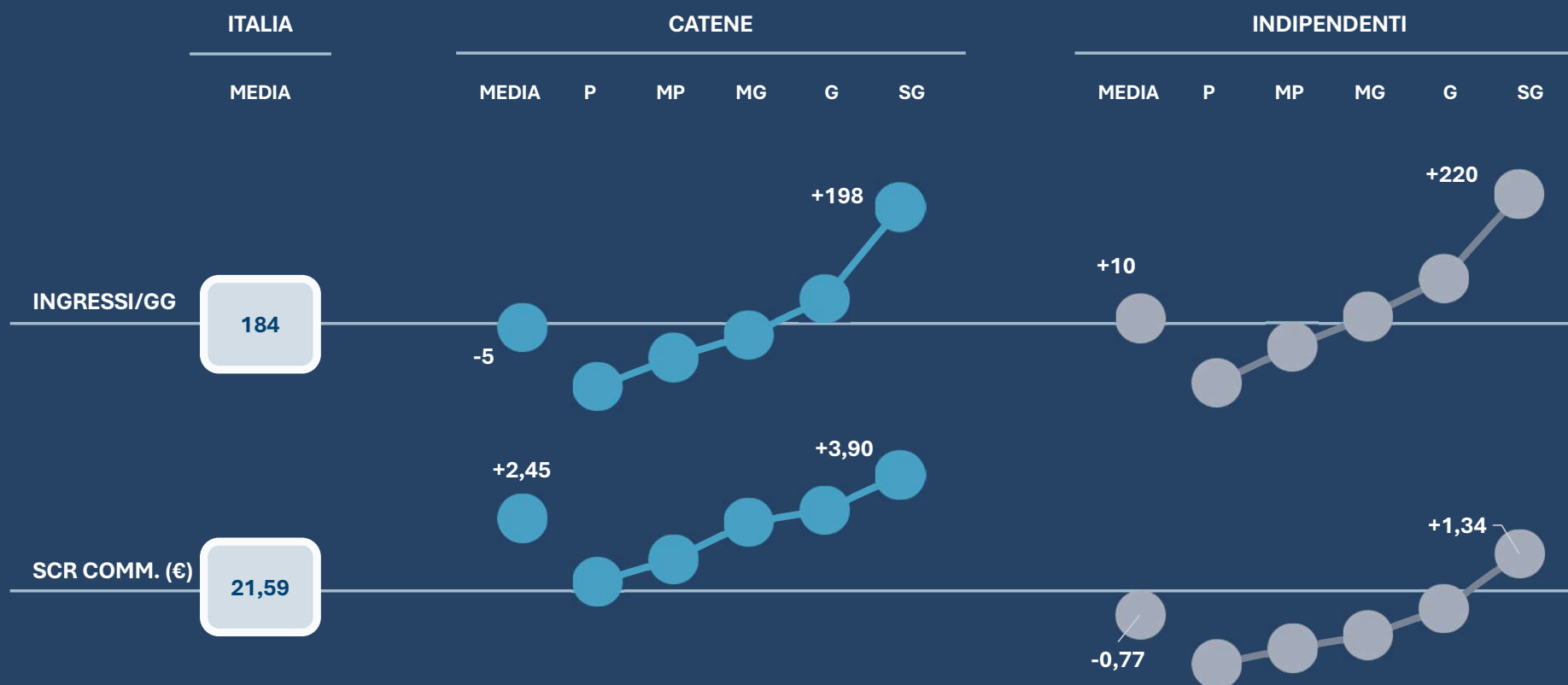
Performance a confronto

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

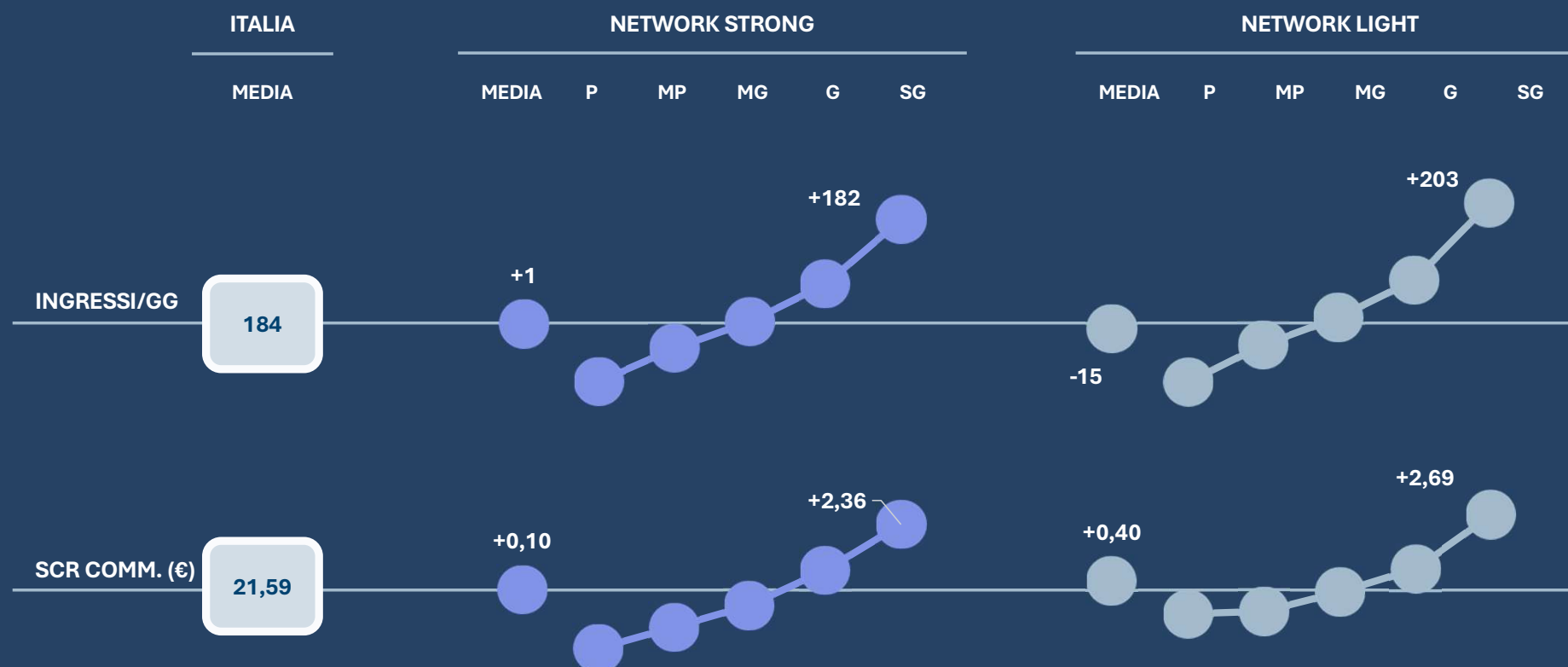


Significativa differenza sul valore dello scontrino commerciale tra Catene Reali e Farmacie Indipendenti



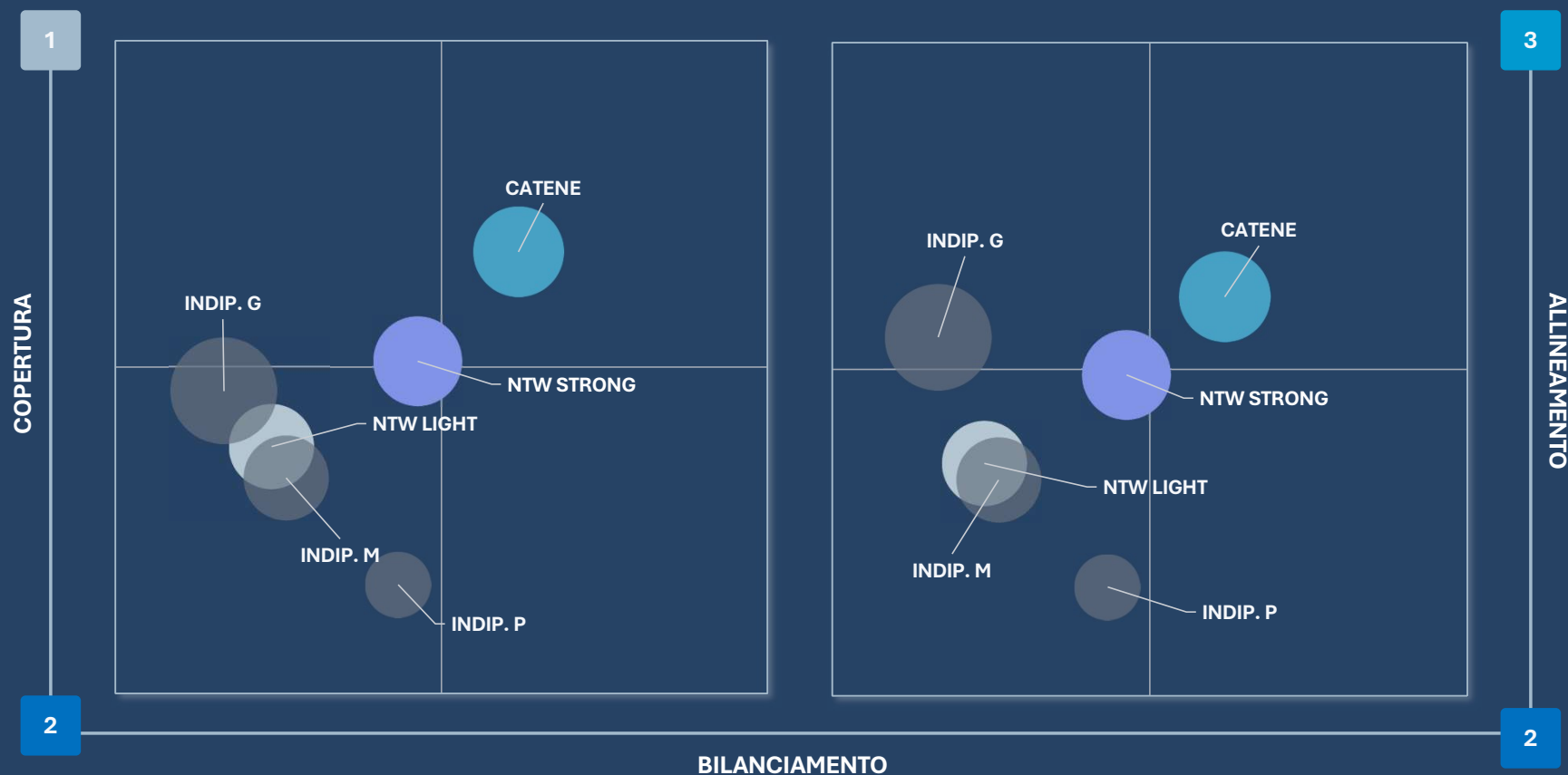
Elaborazioni New Line RDM | Farmacia YTD 06/25 | Farmacia: P: < 0,9 Mio€; MP: 0,9 – 1,4 Mio€; MG: 1,4 – 1,9 Mio€; G: 1,9 – 3,0 Mio€; SG: > 3,0 Mio€

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€

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



Elaborazioni New Line RDM | Farmacia YTD 06/25

NL

Performance a confronto

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

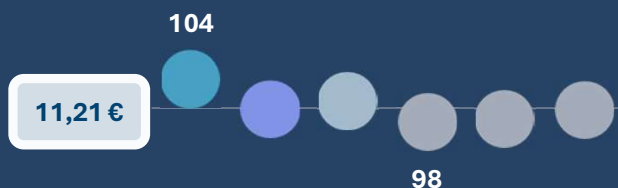
Per non corrodere in modo casuale punti di marginalità, occorre una precisa strategia, che tenga conto del prodotto/mercato, del contesto, del bacino di utenza e del posizionamento specifico



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

SOP&OTC

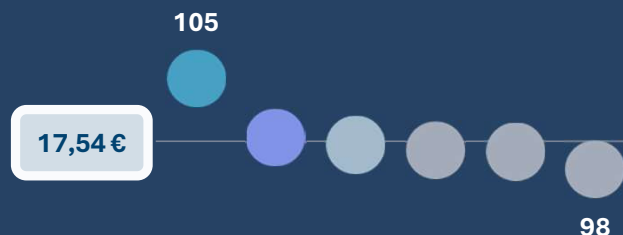
CATENE NTW STRONG NTW LIGHT IND. G IND. M INDIP. P



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

INTEGRATORI

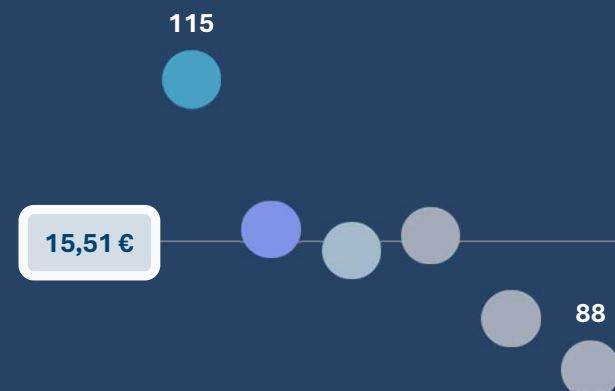
CATENE NTW STRONG NTW LIGHT IND. G IND. M INDIP. P



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

COSMETICA

CATENE NTW STRONG NTW LIGHT IND. G IND. M INDIP. P



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%
Ansietà	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%
Antiscchezza, 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