



Analisi dei consumi Fitoterapici

M.Cetini – D.Barbato

Orbassano, 10 Marzo 2010



Agenda

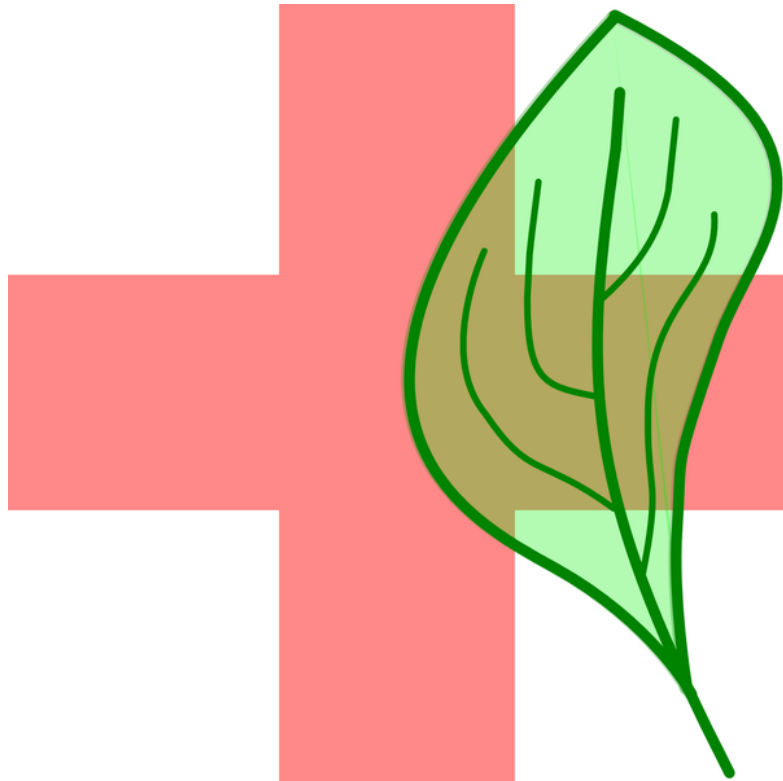
- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

Le Medicine non Convenzionali

Le MnC (**Medicine non Convenzionali**) non devono essere un elemento marginale nel panorama sanitario nazionale ma...
un aspetto necessario per il futuro dell'assistenza alla salute.

Solo attraverso un approccio medico che si indirizzi verso la **prevenzione** si potrà tutelare il **benessere** della popolazione **rendendo sostenibili i costi sanitari**

Fitoterapia : MEDICINE TRADIZIONALI DI ORIGINE VEGETALE



La **fitoterapia** è quella pratica terapeutica umana comune a tutte le culture e le popolazioni sin dalla preistoria, che prevede l'utilizzo di piante o estratti di piante per la cura delle malattie o per il mantenimento del benessere.

Viene dal [greco](#) phyton (pianta) e terapeia (cura).

La fitoterapia è considerata una [medicina alternativa](#) o complementare nella maggior parte degli stati membri della UE e negli Stati Uniti, anche se alcune piante e soprattutto alcune frazioni di pianta sono riconosciuti e sfruttati anche dalla medicina scientifica tradizionale.

Ippocrate citava il rimedio come terzo strumento del medico accanto al tocco e alla parola.

(*) Wikipedia

Fitoterapia : MEDICINE TRADIZIONALI DI ORIGINE VEGETALE

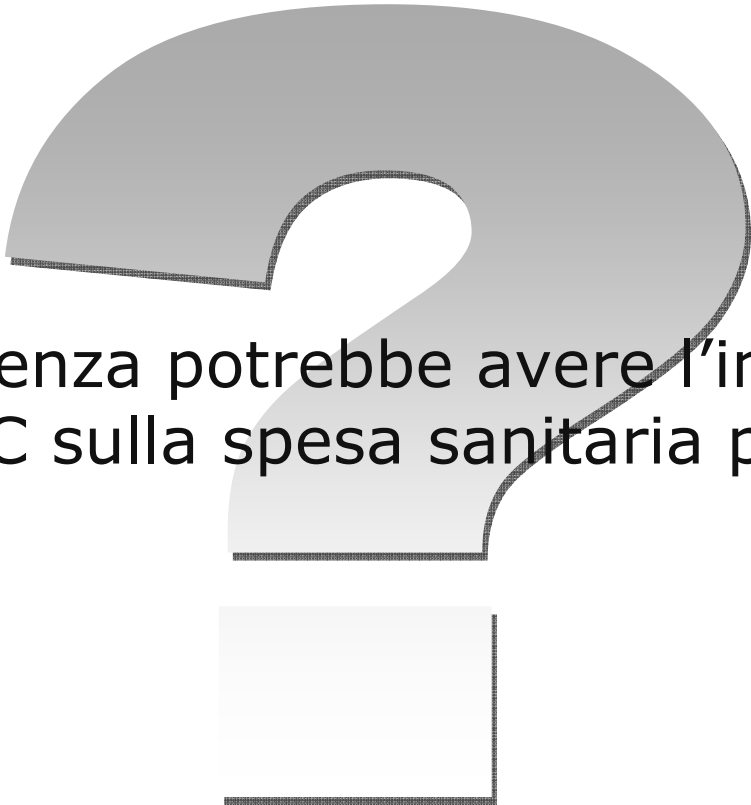
L'80% della popolazione mondiale si cura con prodotti a base di estratti vegetali ottenuti da una piccola percentuale (meno del 10%) delle numerose specie note (OMS).

In Europa, e in particolare in Italia, i prodotti di origine vegetale sono assunti spesso in automedicazione.

	<i>Media vendite Farmaci da autoprescrizione</i>
<i>Europa</i>	<i>60%</i>
<i>Italia</i>	<i>93%</i>
<i>Francia</i>	<i>27%</i>

(*) Dati IMS del periodo 2003-2004 su vendite dei medicinali di origine vegetale

Le Medicine non Convenzionali...



Quale incidenza potrebbe avere l'integrazione delle
MnC sulla spesa sanitaria pubblica?

Integratore erboristico notificato

“Gli ingredienti erboristici impiegabili negli integratori devono presentare una composizione compatibile con una azione salutistica e non terapeutica e fornire le necessarie garanzie in termini di sicurezza in base a criteri di purezza, ai loro effetti, alla concentrazione dei principi attivi e alle eventuali associazioni.”

Agenda

- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

I canali distributivi a livello territoriale...

- **Farmacie**
- **Parafarmacie**
- **Erboristerie**
- **I corner della Gdo**



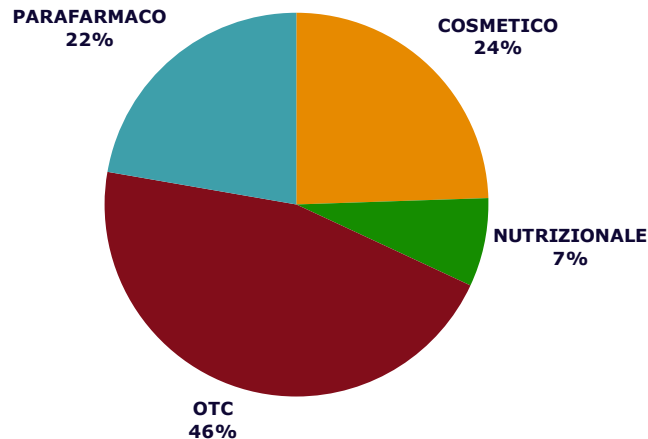
Il contesto a livello territoriale si è modificato negli ultimi anni ...

1. Maggiore offerta di alternative nel comparto benessere&salute in linea con la domanda
2. Più modelli di farmacia ("farmacia naturale" vs "farmacia fitness" vs "farmacia beauty" o "farmacia "salute")
3. Pressione sui prezzi con effetti sui margini, in modo differenziato sulle differenti categorie dell'assortimento (v. Prezzi OTC, integratori e dermocosmesi in GDO)
4. Variazione dei comportamenti di acquisto della domanda (perchè quelli di consumo si sono già modificati), per funzione d'uso con progressiva redistribuzione delle quote
5. Trasformazione dell'assetto competitivo a livello locale, in funzione della presenza e della forza contrattuale nei singoli territori dei punti di vendita:
 - a. Farmacia
 - b. Parafarmacia
 - c. Gdo
 - d. Erboristerie

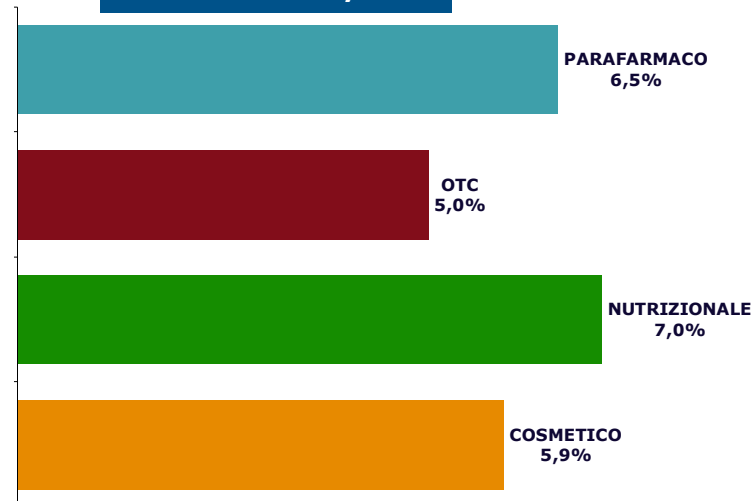
Nel corso degli ultimi 12 mesi (Ott. 2008-Set. 2009) il mercato dei prodotti "commerciali" nei vari canali continua a crescere sensibilmente rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (+5,7 %).

Il mercato commerciale: panieri (Ott. 2008 – Set. 2009, Mercato a valori)

Vendite a Valore*: 9.071 ML €



Trend*: +5,7%

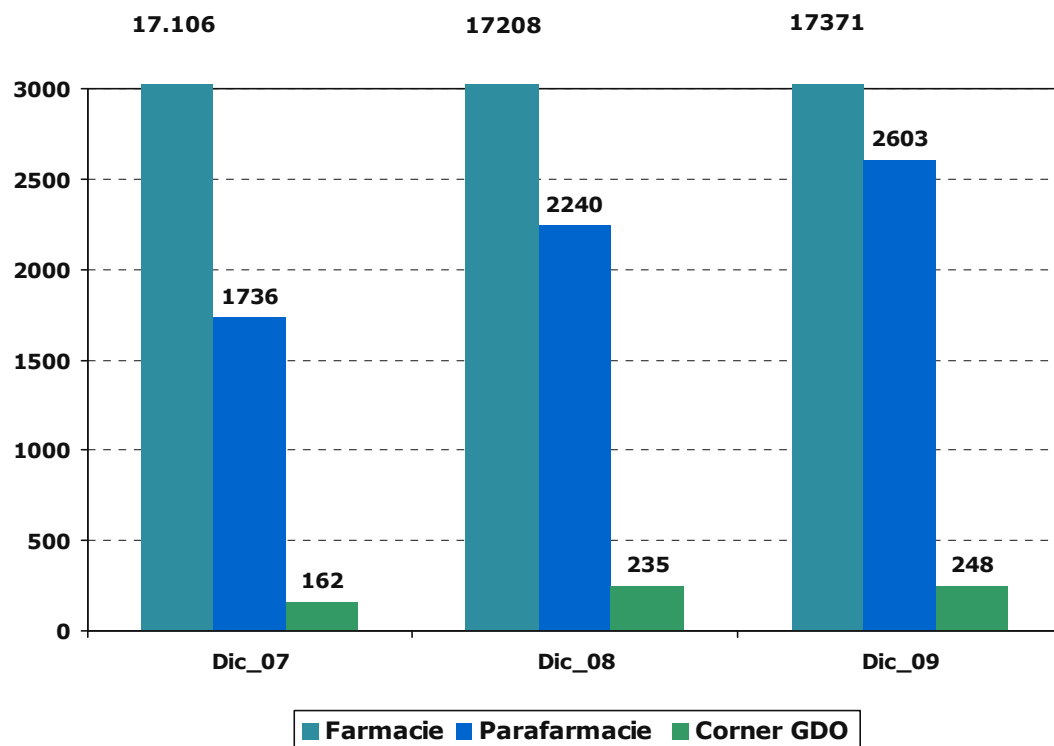


- i prodotti Parafarmaceutici hanno guidato la crescita del mercato,
- il segmento dei prodotti Nutrizionali fa registrare la maggiore crescita con il +7%
- nei Farmaci OTC sono sempre le Farmacie a rappresentare oltre il 93% del mercato, mentre i Corner della GDO raggiungono appena il 2%
- situazione differente per il Parafarmaco, in cui le Parafarmacie e la GDO hanno raggiunto complessivamente il 18% e il 16%.

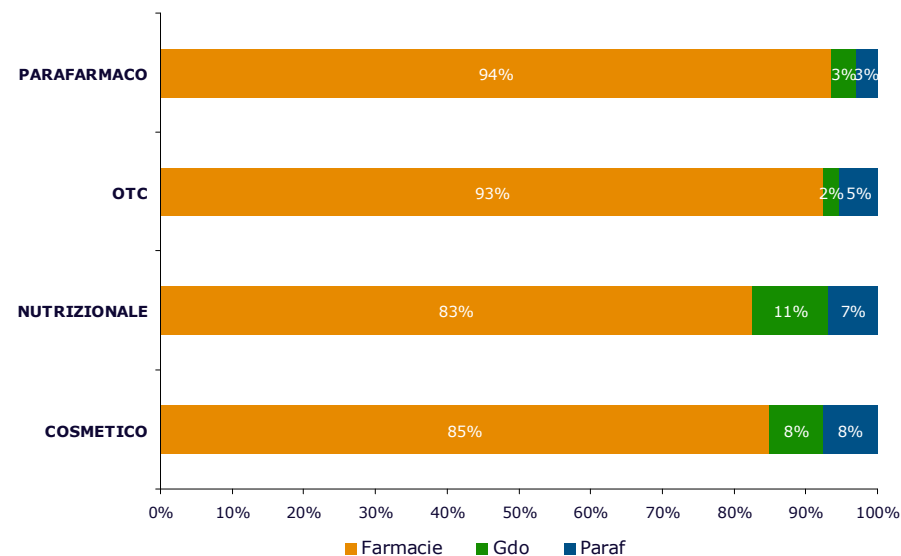
Le farmacie continuano ad essere il canale dominante, con oltre il 90% di contribuzione alle Vendite del mercato commerciale

Multi_canalità

Evoluzione per Numero di nuovi PdV (2007-09)

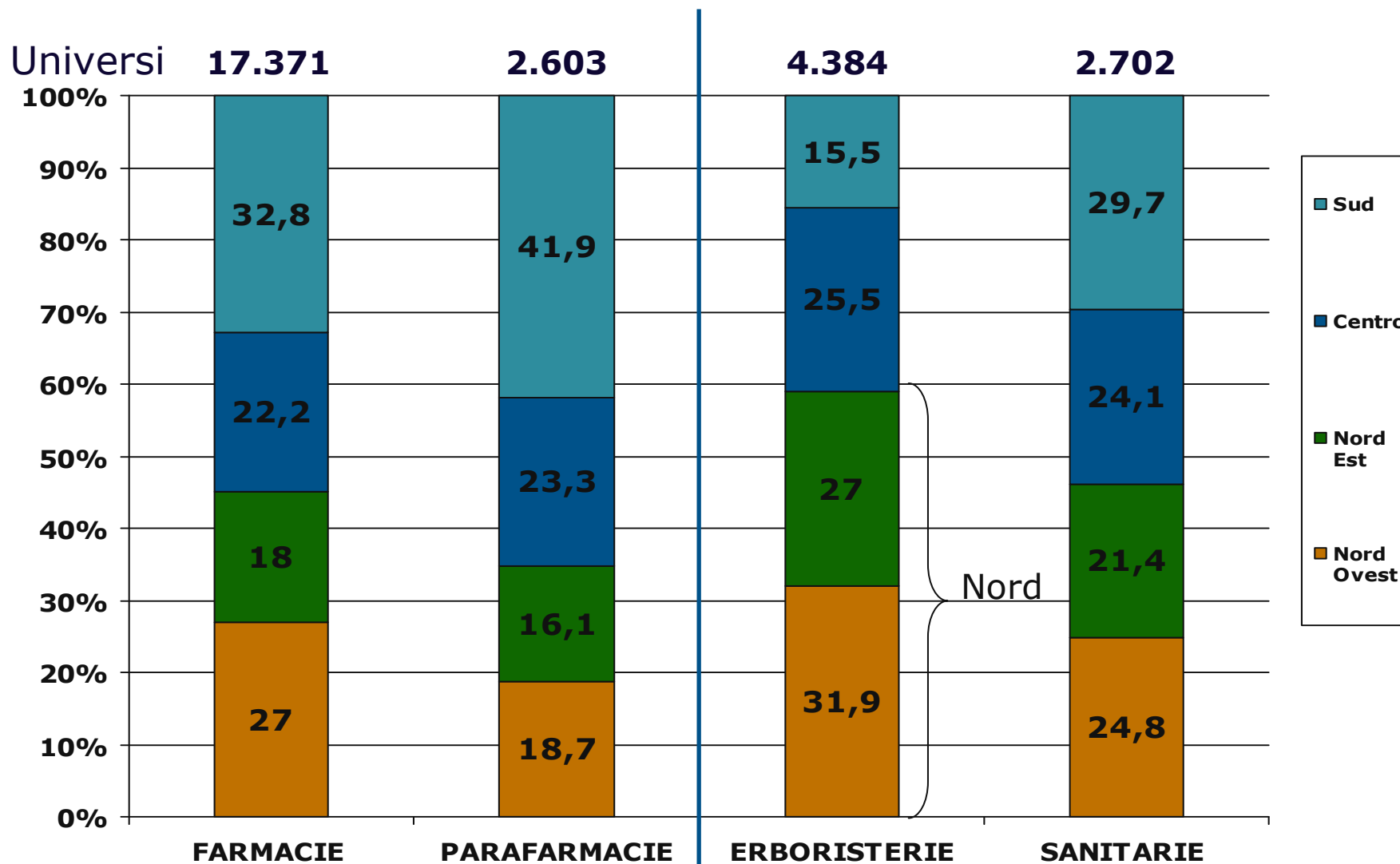


**Contribuzione per canale
Dic 2008**



Fonte: MULTICHANNEL VIEW

Gli universi dei canali per macro-area...



Agenda

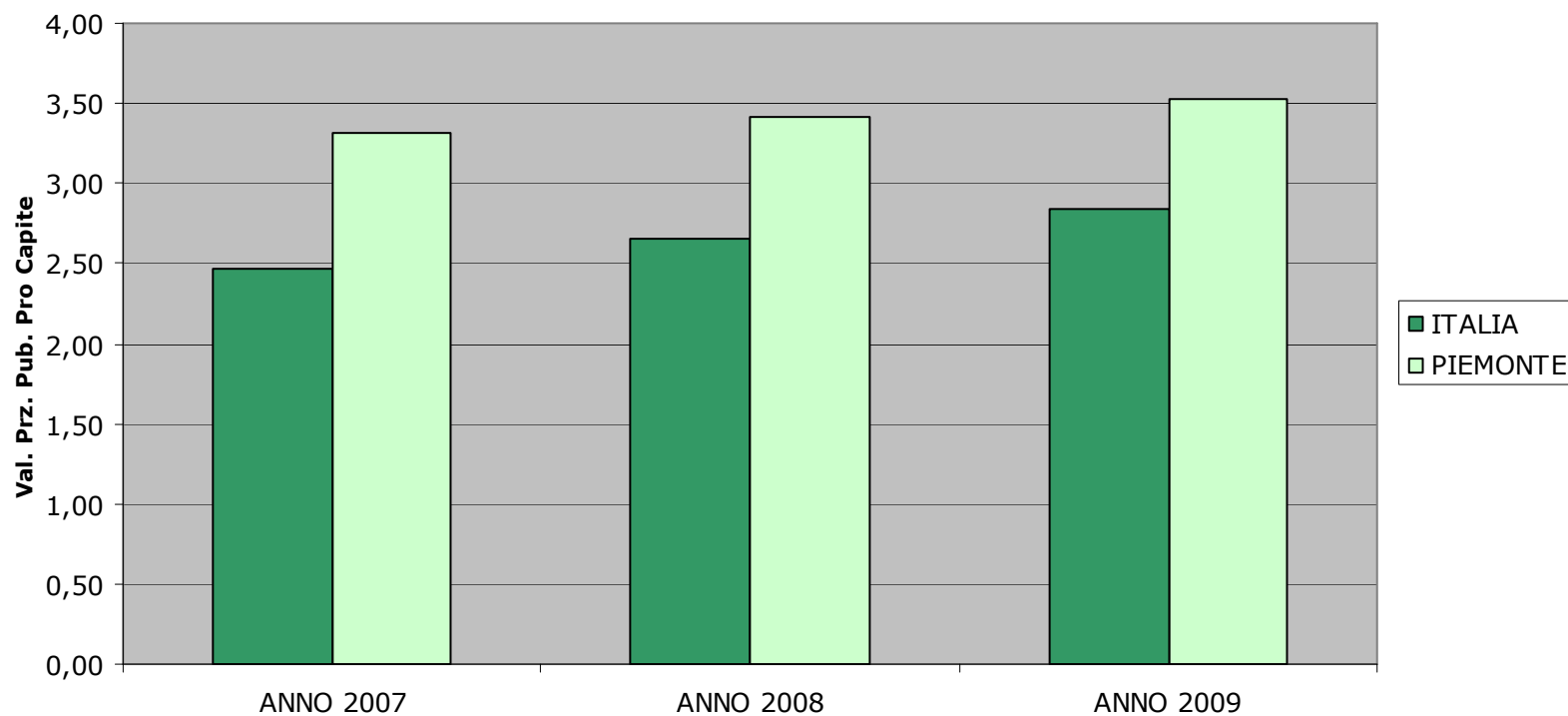
- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

Spesa pro-capite

MKT PRD A BASE DI ERBE Vendite Valore Prez. Pub. (.000)	ANNO 2007	ANNO 2008	ANNO 2009	POP. RES. 1.1.2009
ITALIA	147.231,99	158.068,63	169.318,51	59.619.290,01
PIEMONTE	14.592,22	15.049,19	15.540,08	4.401.266,04

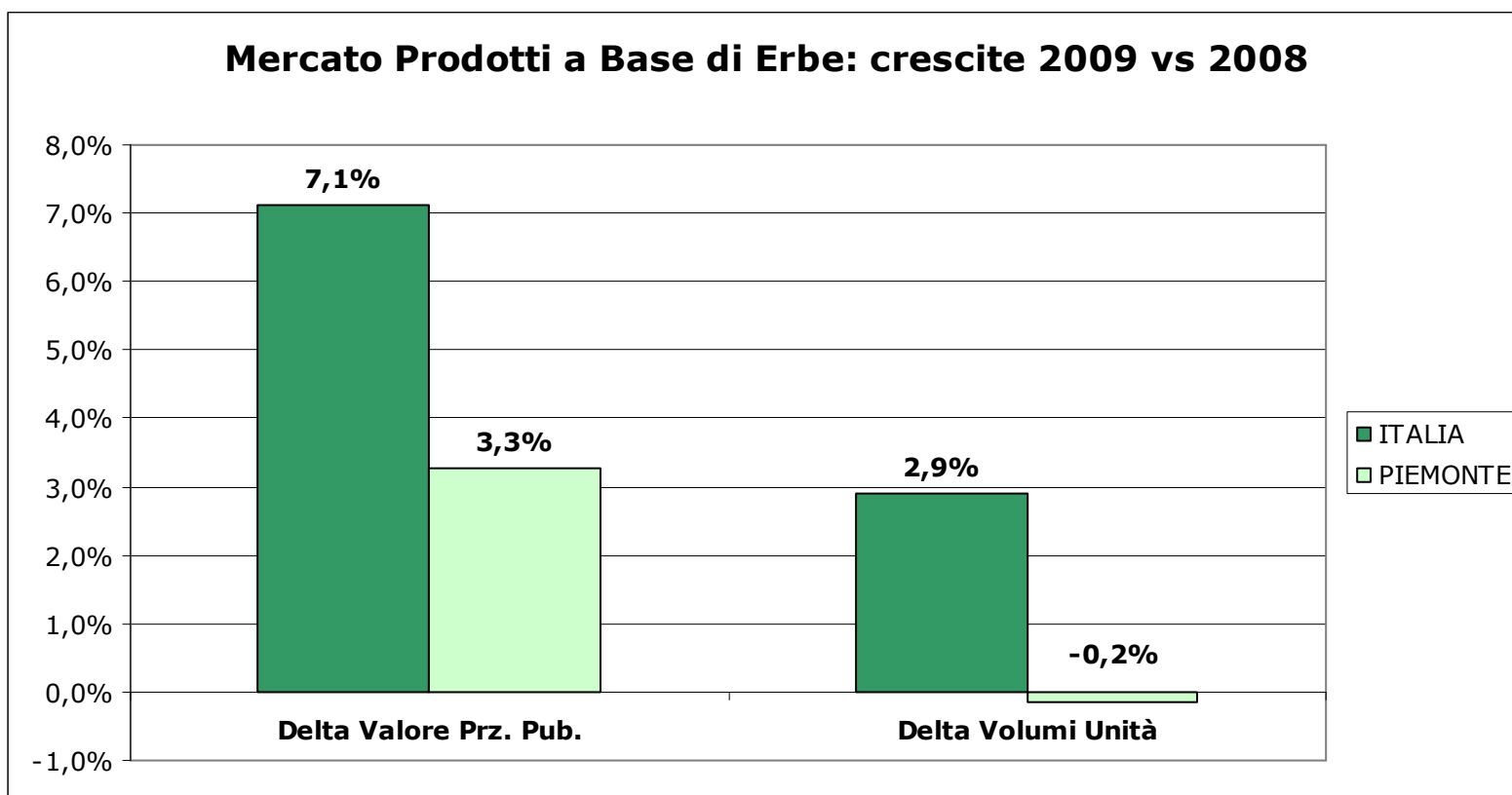
MKT PRD A BASE DI ERBE Vendite Valore Prez. Pub. Pro Capite	ANNO 2007	ANNO 2008	ANNO 2009
ITALIA	2,47	2,65	2,84
PIEMONTE	3,32	3,42	3,53

TOT MKT PRD A BASE ERBE: TREND VALORE PRO CAPITE

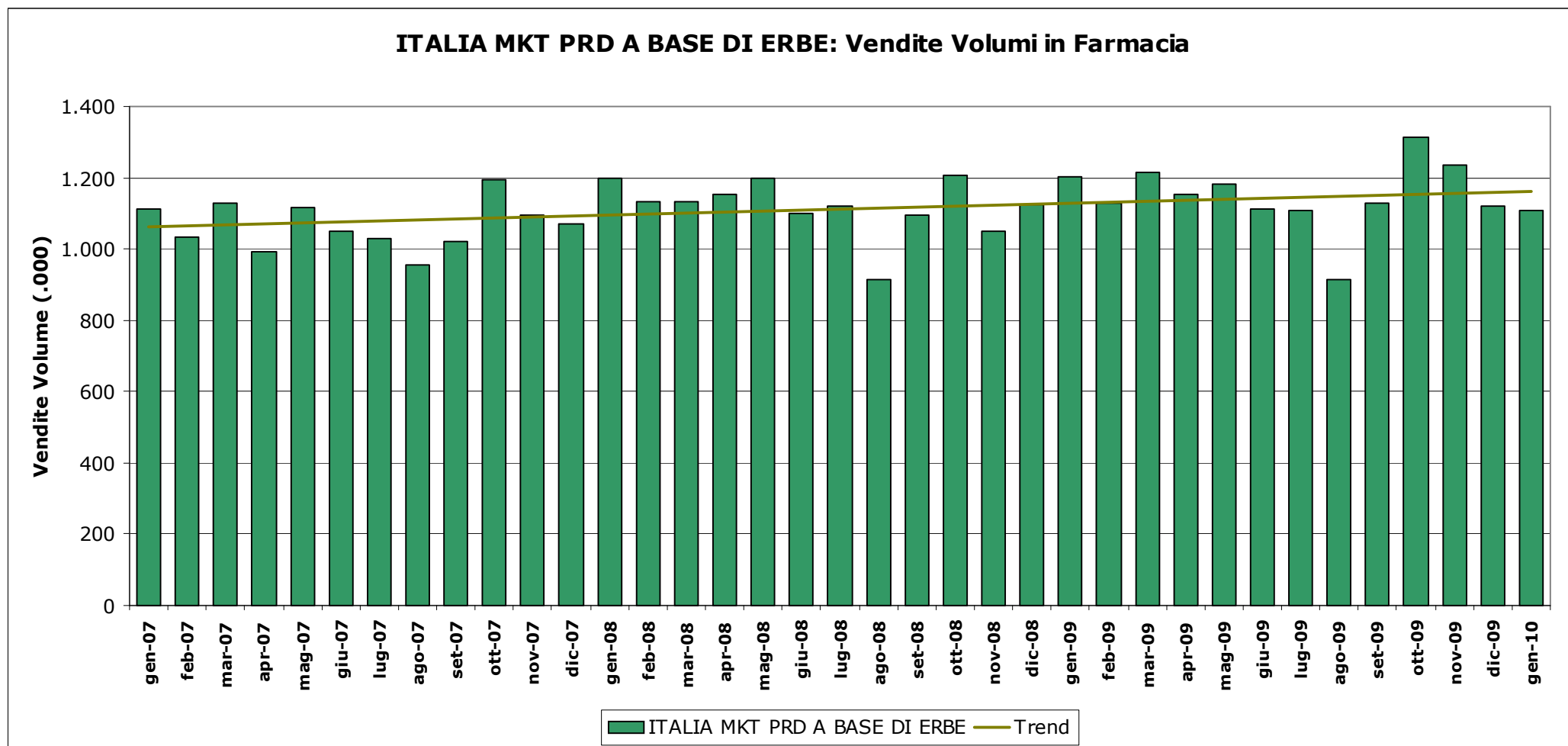


Variazioni di mercato 2009 vs 2008

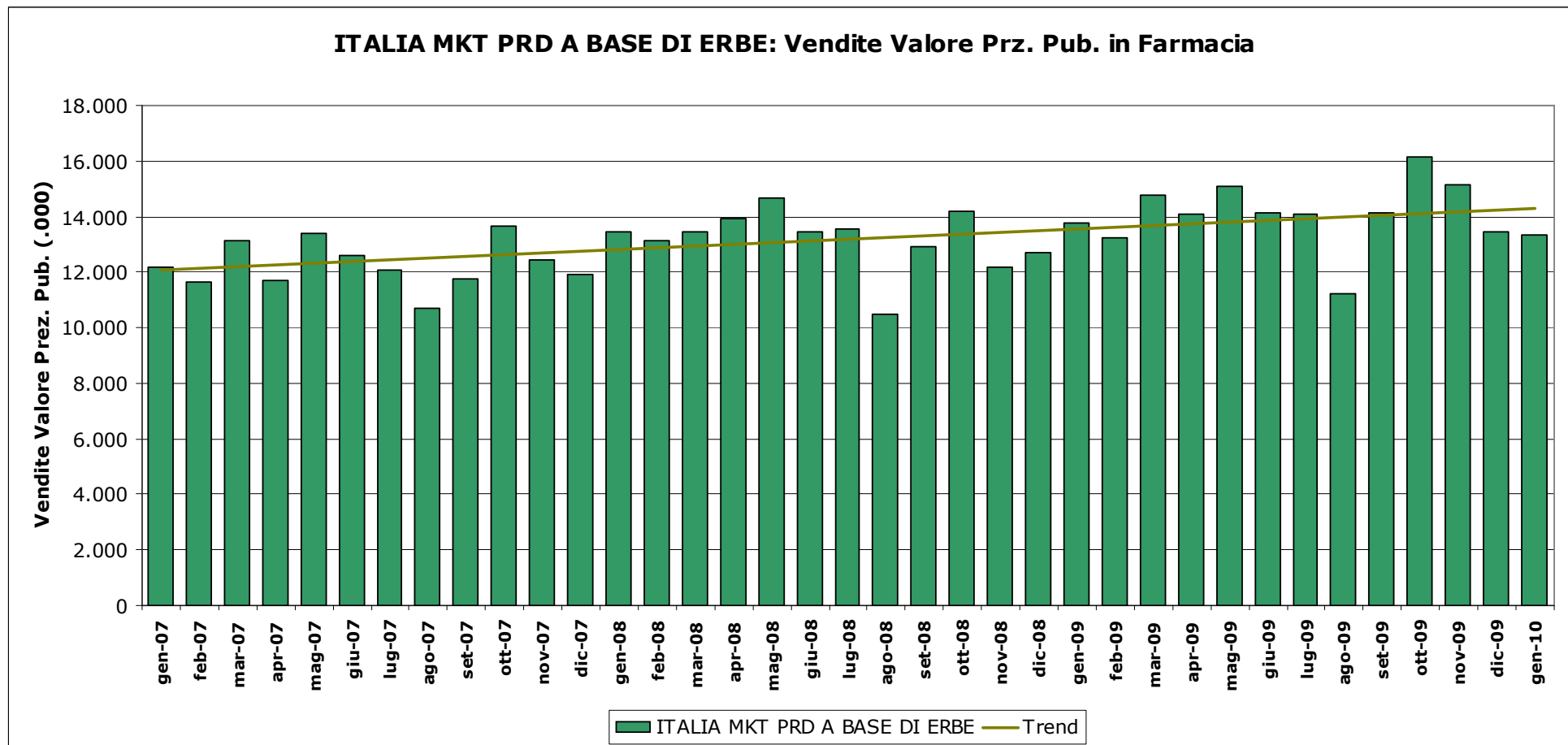
TOTALE MKT PRD A BASE DI ERBE	Delta Valore Prz. Pub.	Delta Volumi Unità
ITALIA	7,1%	2,9%
PIEMONTE	3,3%	-0,2%



L'andamento in volumi del mercato gen. 2007 –gen.2010

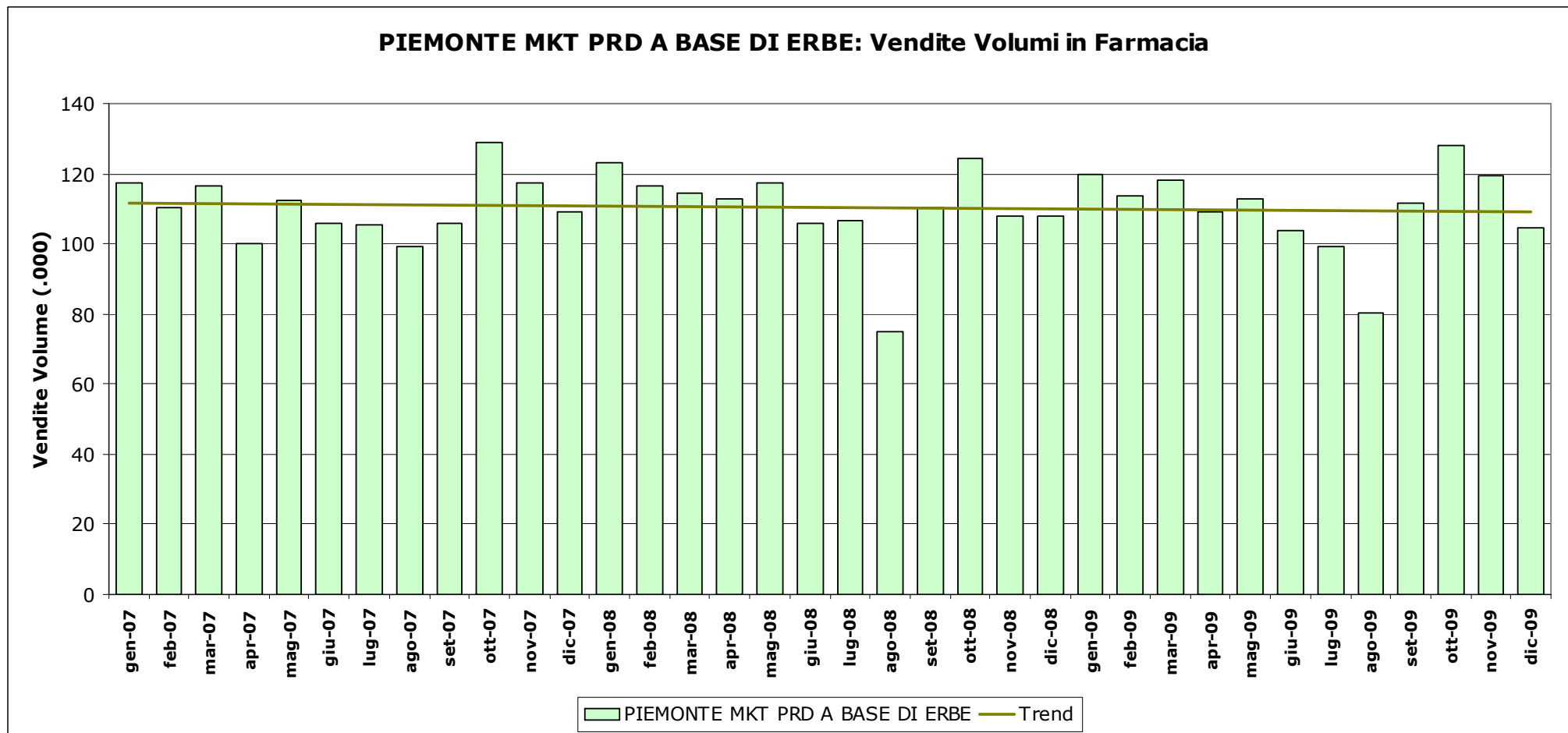


L'andamento in valori del mercato gen. 2007 –gen.2010



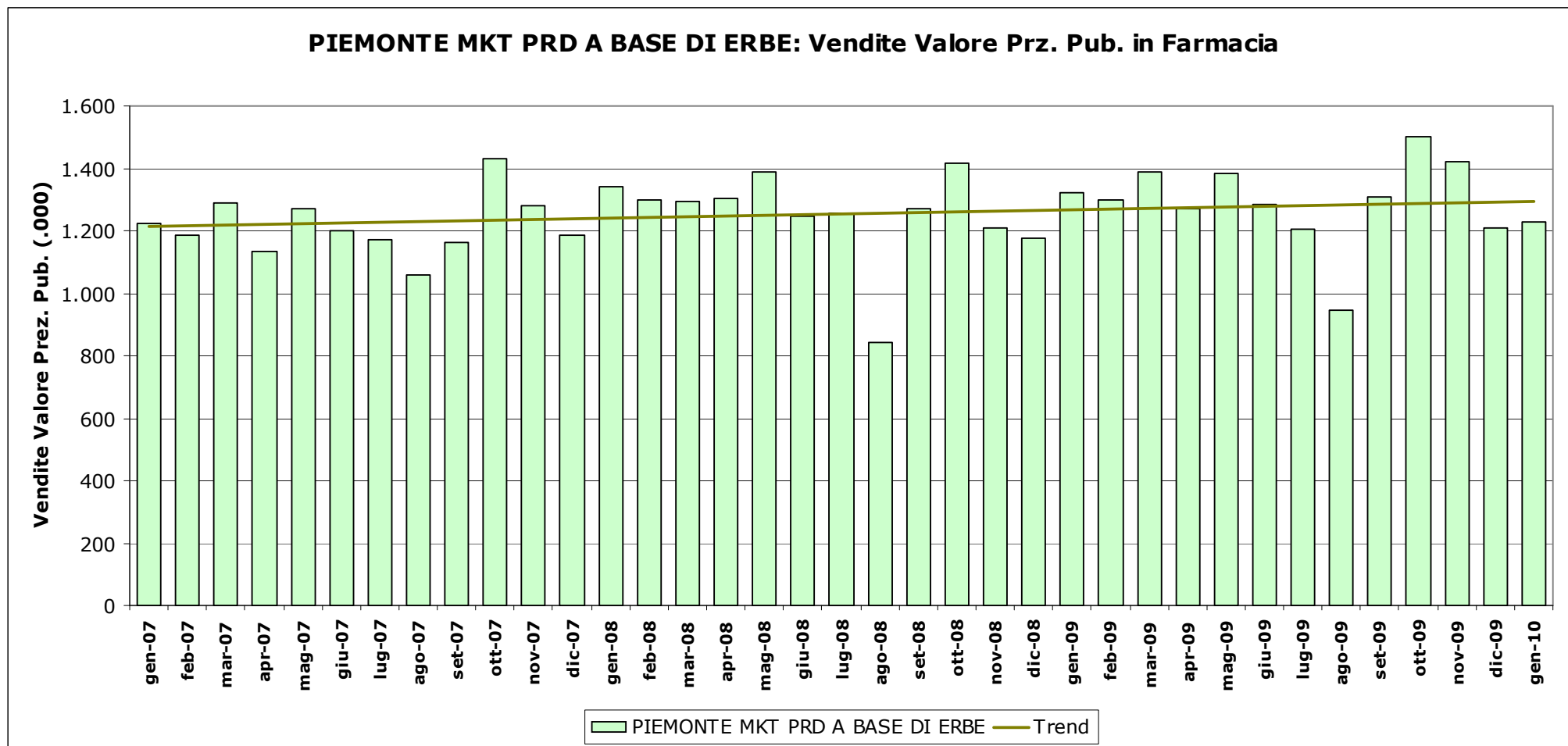
L'andamento in volumi del mercato gen. 2007 -gen.2010

In Piemonte



L'andamento in valori del mercato gen. 2007 –gen.2010

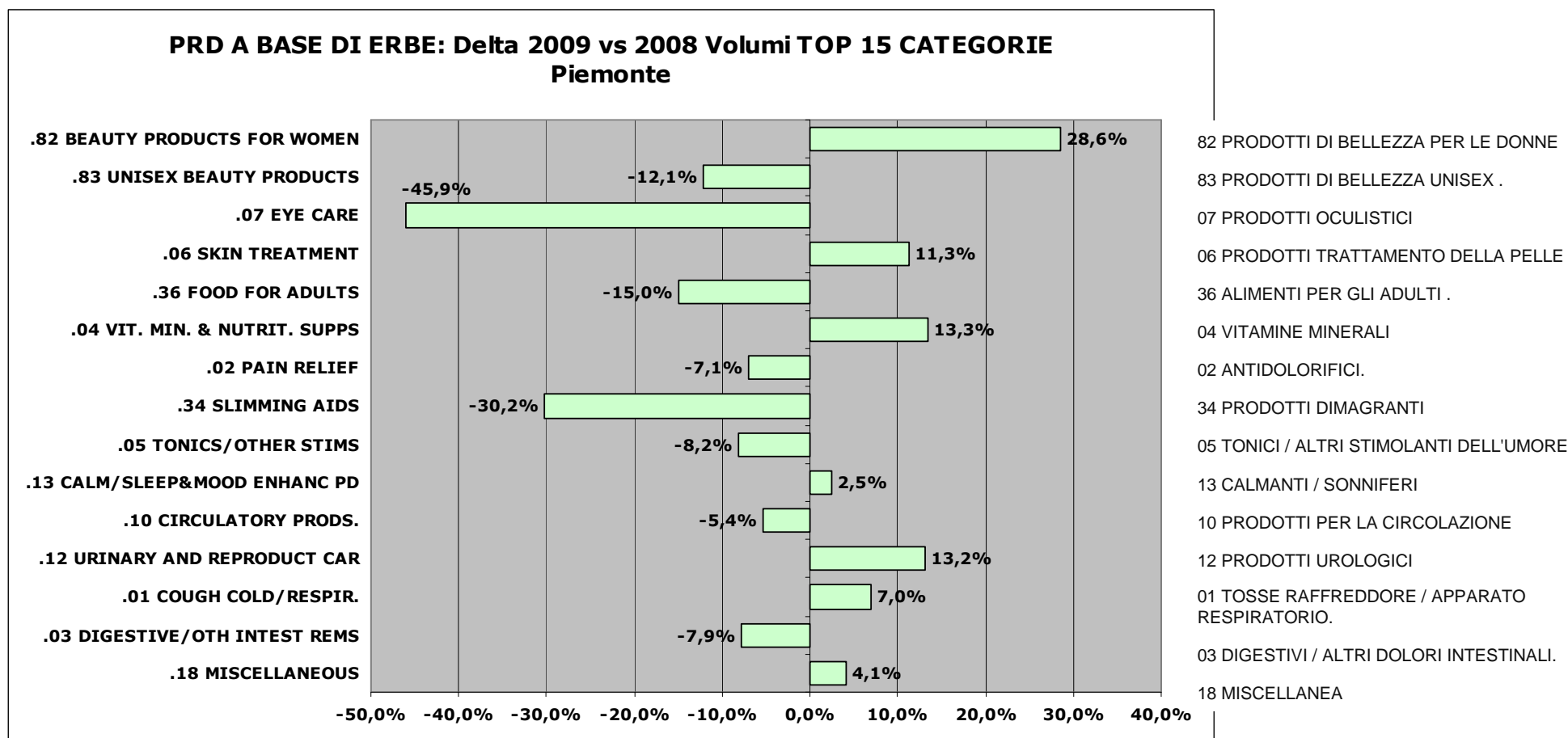
In Piemonte



Agenda

- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

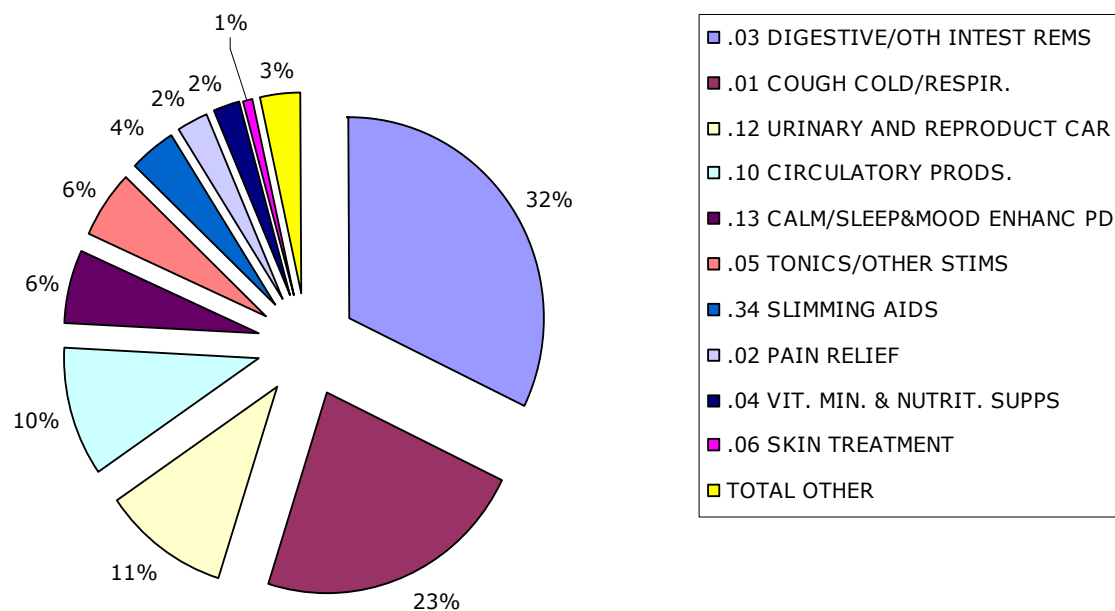
L'andamento in volumi delle prime 15 categorie 2009 verso 2008 - Piemonte



L'andamento in volumi delle prime 15 categorie 2009 verso 2008 - Piemonte

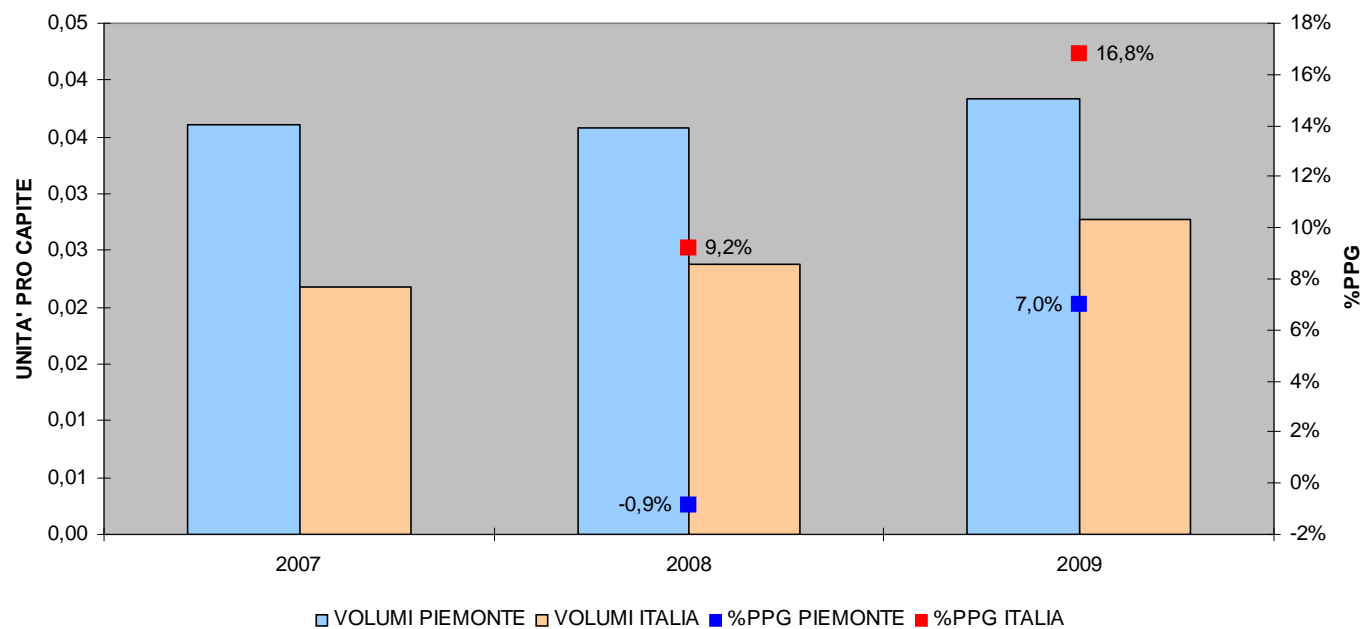
	Anno 2009	Delta 2009 vs 2008
MKT PRD A BASE DI ERBE	1.319,84	-0,2%
.03 DIGESTIVE/OTH INTEST REMS	240,66	-7,9%
.01 COUGH COLD/RESPIR.	168,79	7,0%
.12 URINARY AND REPRODUCT CAR	80,20	13,2%
.10 CIRCULATORY PRODS.	77,96	-5,4%
.13 CALM/SLEEP&MOOD ENHANC PD	44,18	2,5%
.05 TONICS/OTHER STIMS	41,63	-8,2%
.34 SLIMMING AIDS	30,62	-30,2%
.02 PAIN RELIEF	17,81	-7,1%
.04 VIT. MIN. & NUTRIT. SUPPS	17,33	13,3%
.06 SKIN TREATMENT	6,36	11,3%
TOTAL OTHER	24,17	-45,9%

**PRD A BASE DI ERBE: TOP 10 CATEGORIE LIVELLO I
VOLUMI**

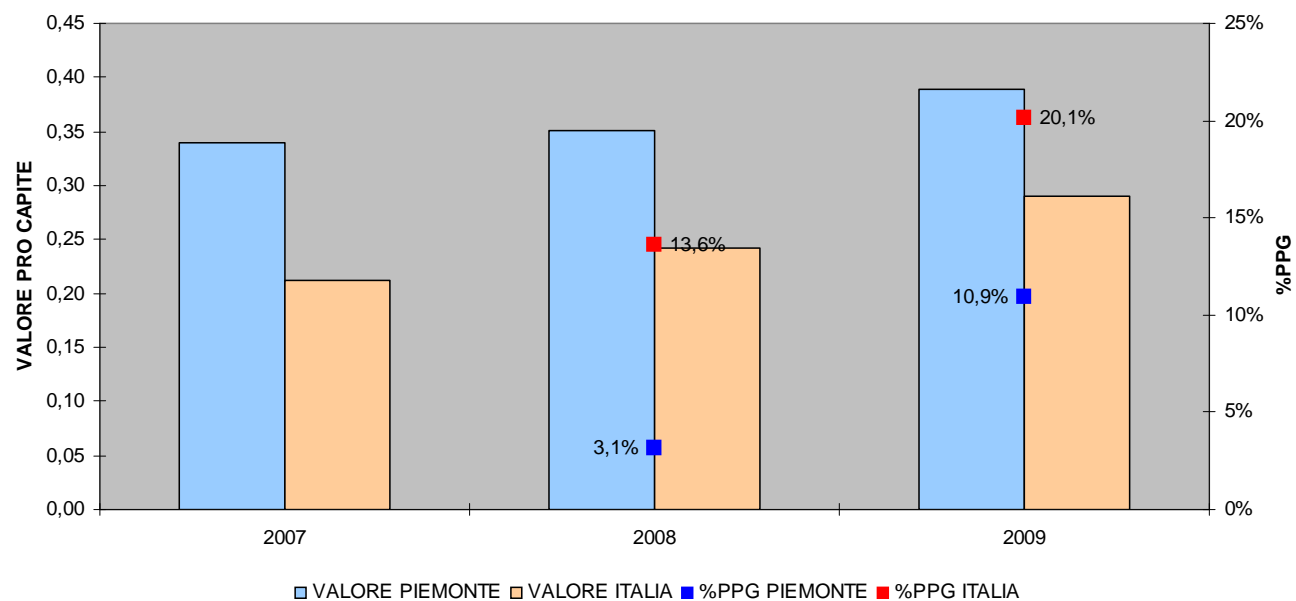


CAT.18 'MISCELLANEUS' NON CONSIDERATA

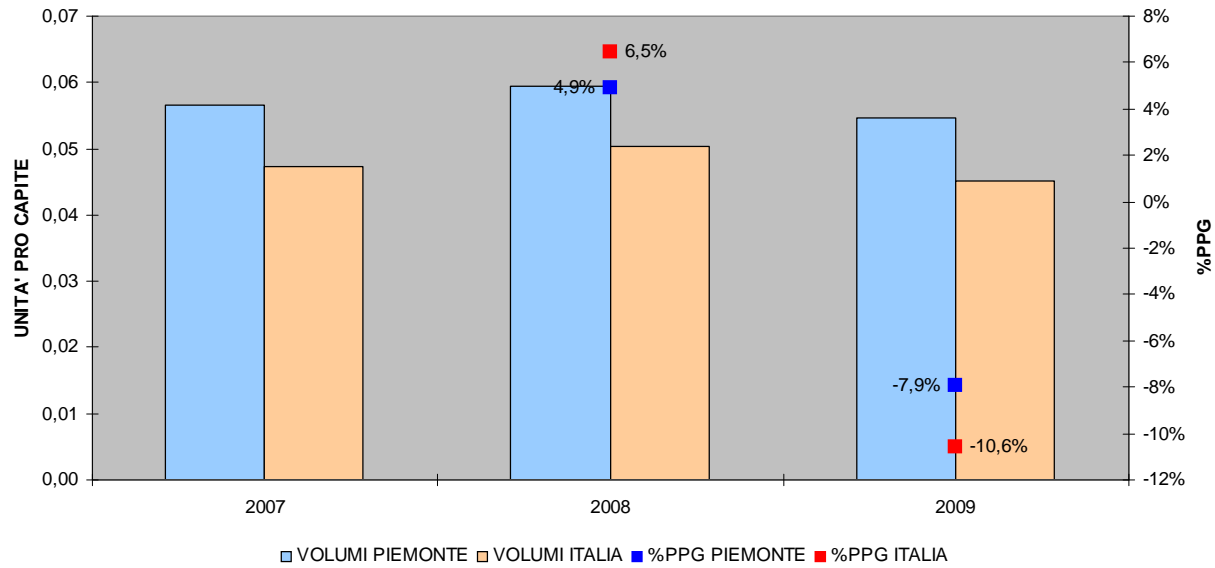
ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 01 COUGH COLD/RESPIR.



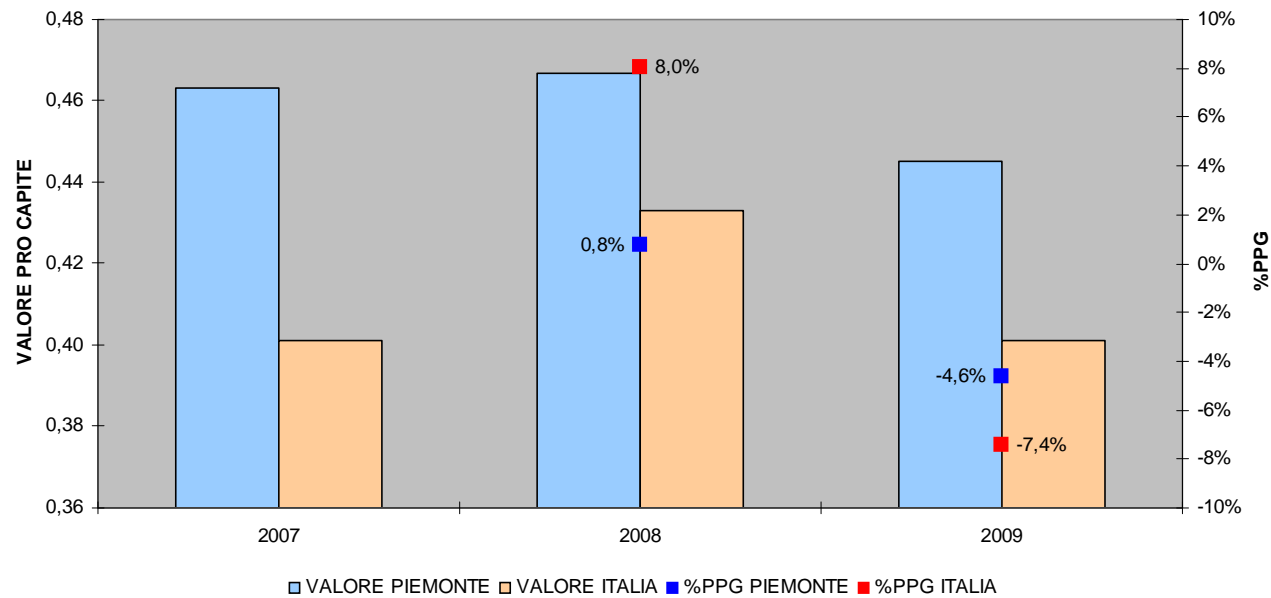
ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 01 COUGH COLD/RESPIR.



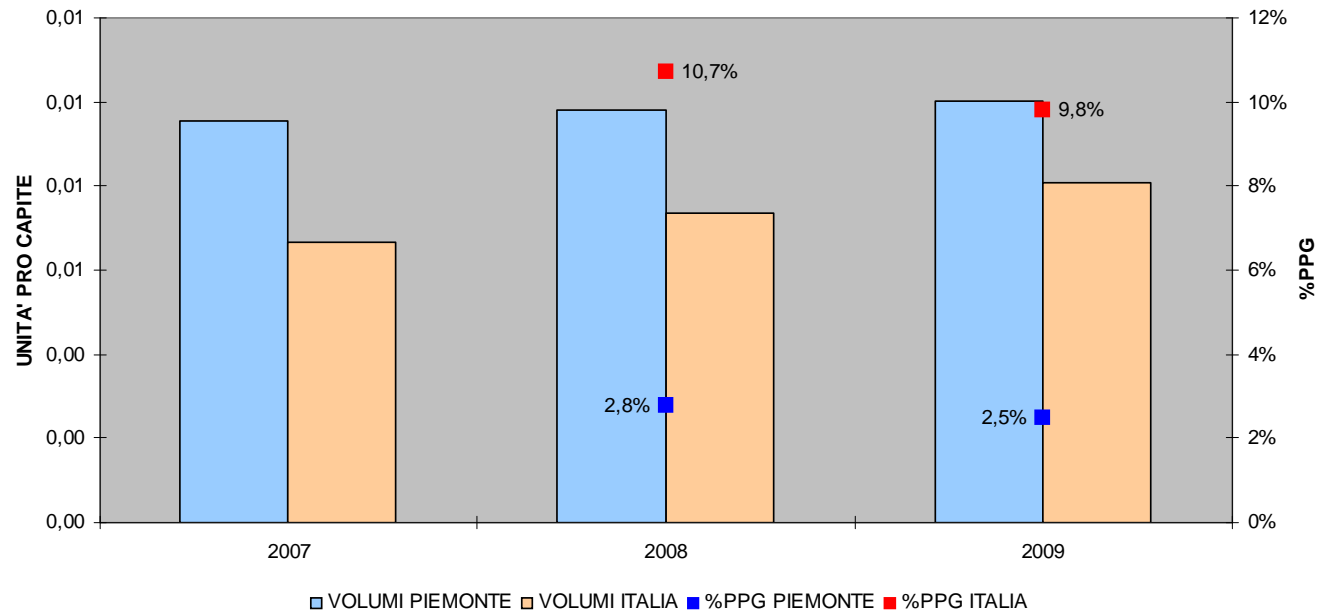
ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 03 DIGESTIVE/OTH INTEST REMS



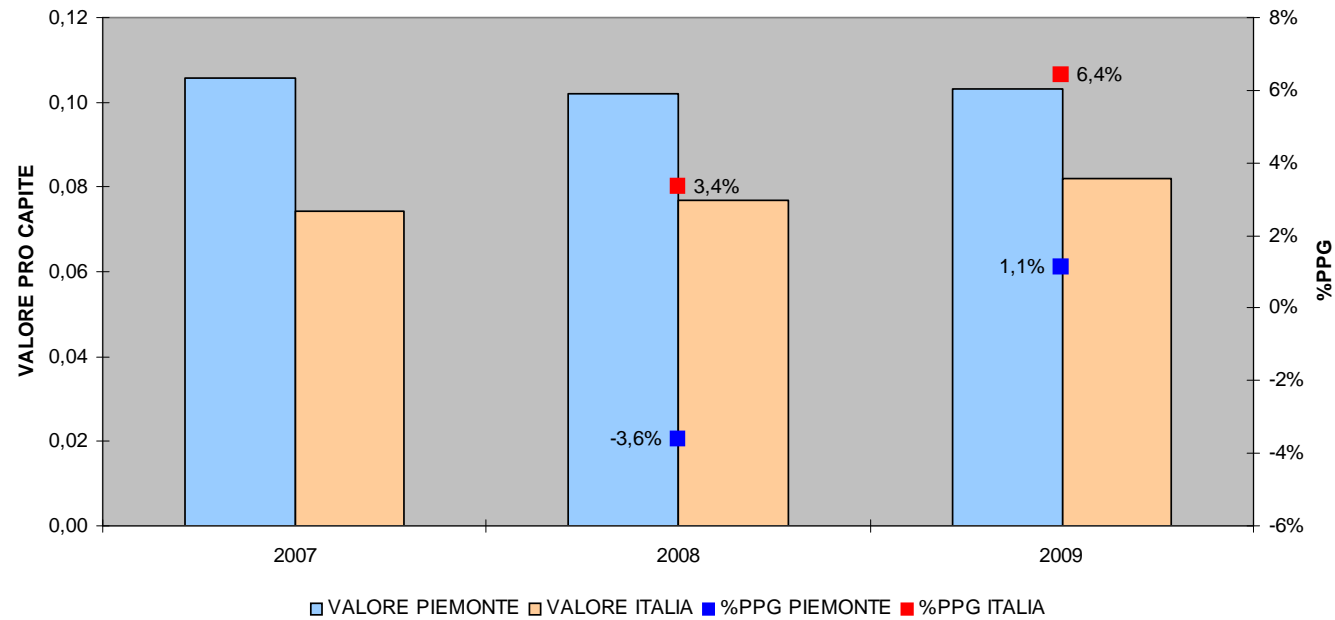
ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 03 DIGESTIVE/OTH INTEST REMS



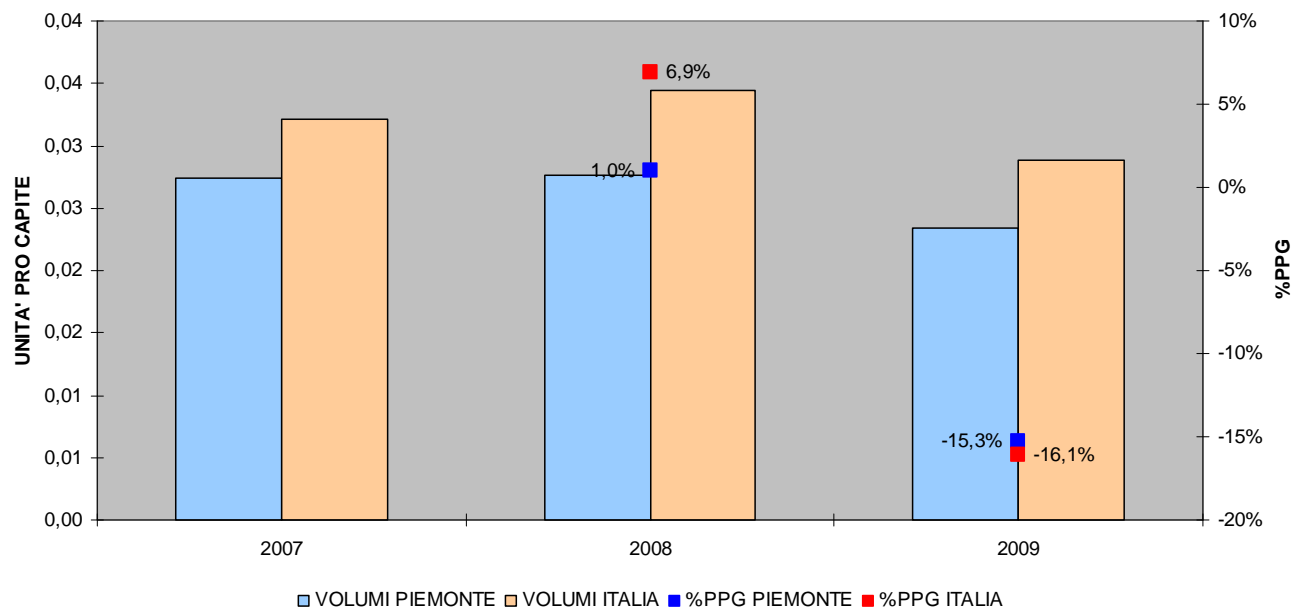
ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 13 CALM/SLEEP&MOOD ENHANC PD



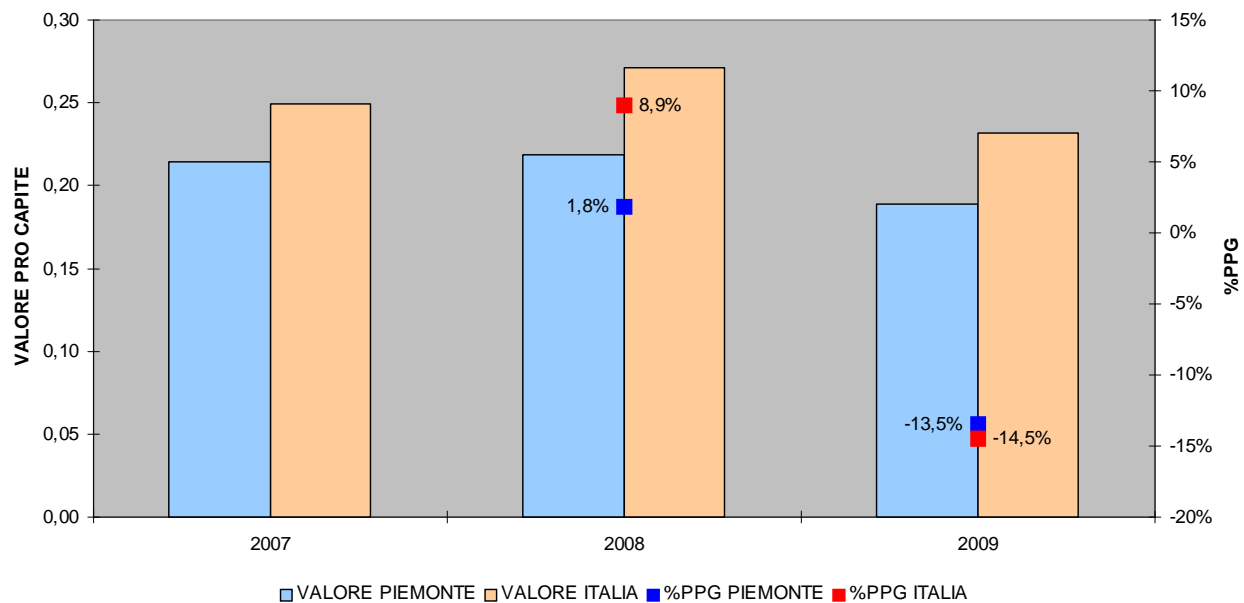
ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 13 CALM/SLEEP&MOOD ENHANC PD



ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 03C LAXATIVES



ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 03C LAXATIVES



PRODOTTI ATTIVI SUL TRANSITO INTESTINALE

SENNA E.S. TITOLATO IN IDROSSI ANTRACENI CI	RABARBARO RAD. TITOL. IN DERIV. I.A.	CASCARA SAGRADA E.S.	ALOE VERA E.S. O ALOE FEROX TITOLATI	MELISSA OFF. E/O MALVA E.S.
2	2	1	3	2

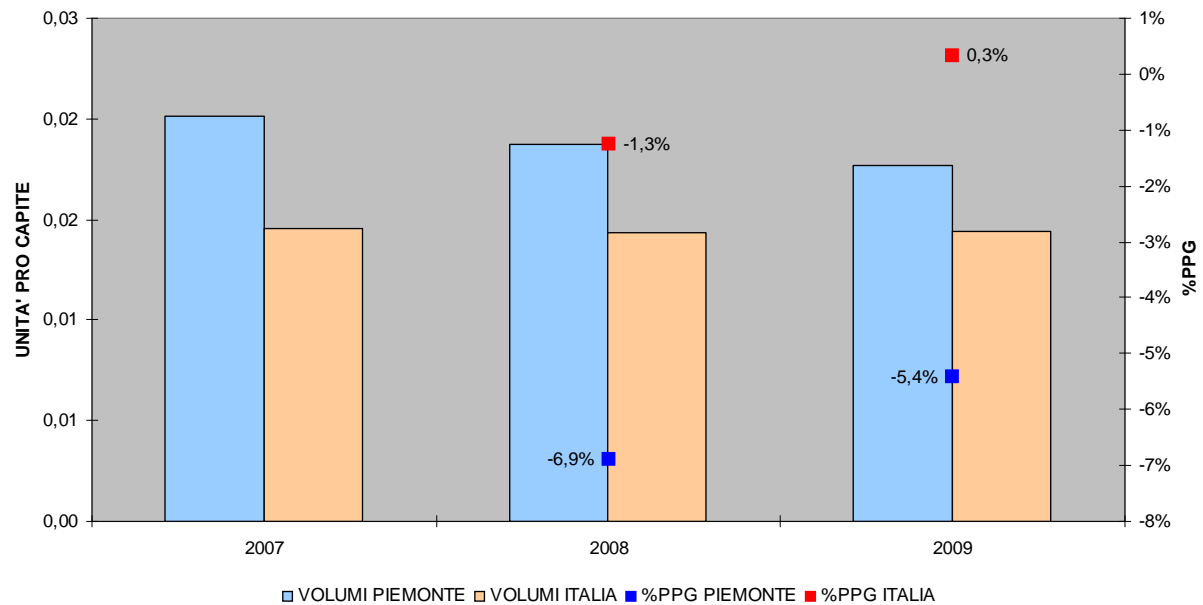
OLII ESSENZIALI ANTISPASTICI O ESTRATTI CARMINATIVI	SENNA E.S. NON TITOL.	ALOE VERA E.S. NON TITOL.	CHIODI DI GAROFANO	PROPOLI
4	1	1	1	1

PRODOTTI ATTIVI SUL TRANSITO INTESTINALE

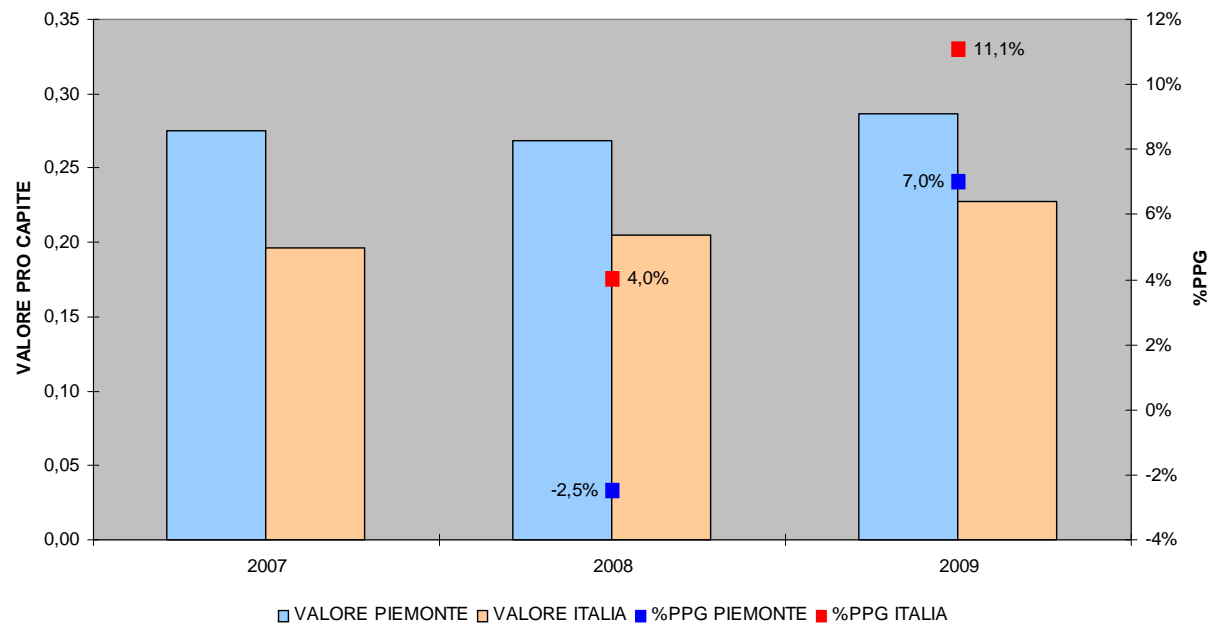
	SALES- OUT(UN) YTD/12/2007	SALES- OUT(UN) YTD/12/2008	SALES- OUT(UN) YTD/12/200 8 %PPG Previous Year	SALES- OUT(UN) YTD/12/2009	SALES- OUT(UN) YTD/12/200 9 %PPG Previous Year	SALES-OUT(EUR) YTD/12/2007	SALES-OUT(EUR) YTD/12/2008	SALES- OUT(EUR) YTD/12/200 8 %PPG Previous Year
03C LAXATIVES	1.925.010	2.050.166	6,5%	1.719.976	-16,1%	14.879.866,08	16.171.650,34	8,7%
SOLLIEVO ABOCA	759.830	800.393	5,3%	456.353	-43,0%	6.010.558,32	6.467.825,92	7,6%
COTIDIERBE	243.258	250.359	2,9%	246.023	-1,7%	1.547.509,96	1.593.065,25	2,9%
ALVONORM	181.305	187.664	3,5%	168.072	-10,4%	1.307.436,28	1.400.314,23	7,1%
PUNTUALE	147.200	132.008	-10,3%	109.629	-17,0%	1.167.434,77	1.073.171,39	-8,1%
VERUM FORTE	61.243	85.065	38,9%	93.569	10,0%	468.484,27	681.269,08	45,4%
GRANIS FIUGGI	108.453	109.126	0,6%	116.489	6,7%	661.816,94	665.077,63	0,5%
GRANI LUNGAVITA	69.652	90.151	29,4%	109.075	21,0%	438.648,48	571.183,38	30,2%
Total Displayed (7)	1.570.941	1.654.766	5,3%	1.299.210	-21,5%	11.601.889,02	12.451.906,89	7,3%
Total Others (132)	354.069	395.400	11,7%	420.766	6,4%	3.277.977,05	3.719.743,46	13,5%

PRODOTTI CHE FANNO IL 70% DEL MERCATO A VALORE NELL'ANNO 2009

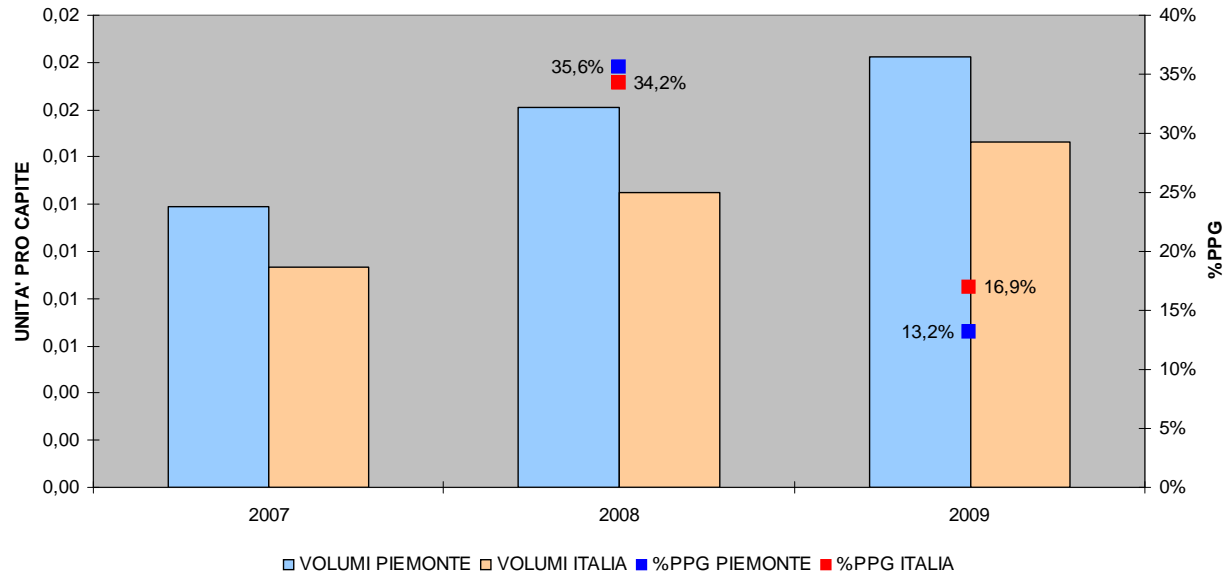
ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 10 CIRCULATORY PRODS.



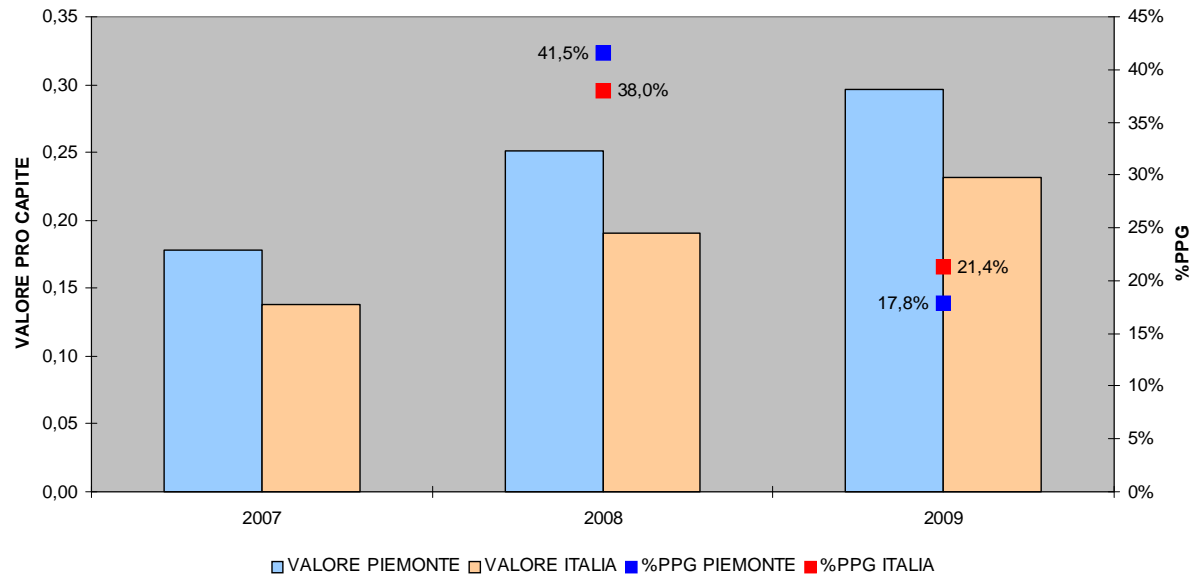
ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 10 CIRCULATORY PRODS.



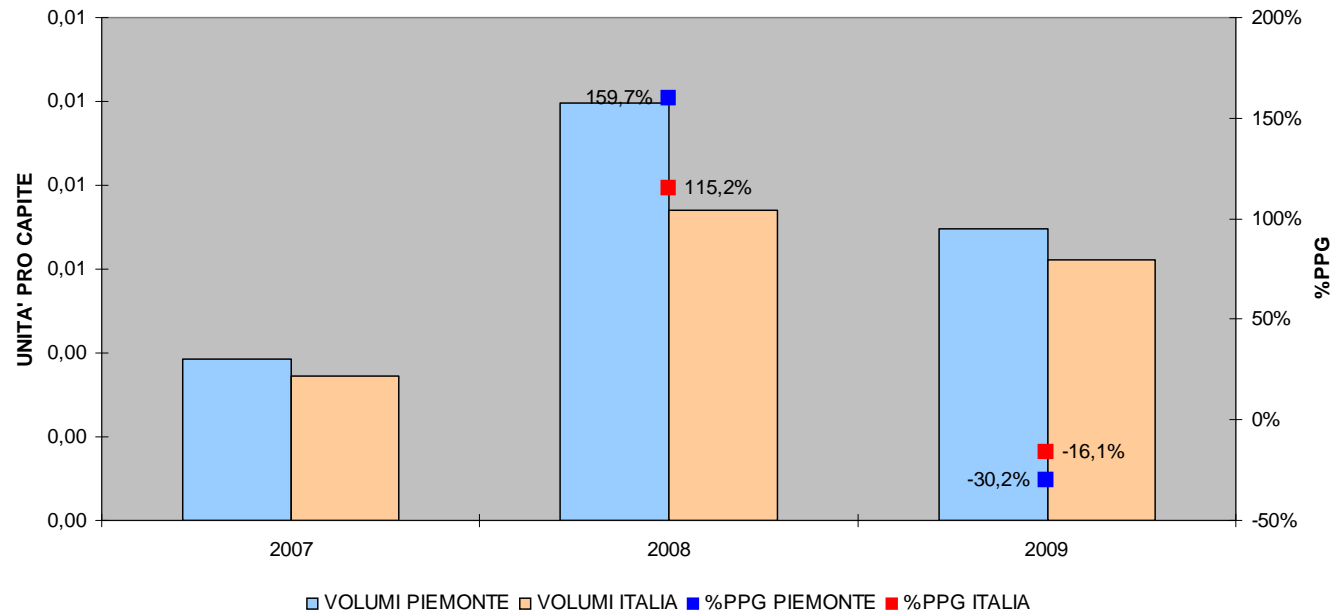
ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 12 URINARY AND REPRODUCT CAR



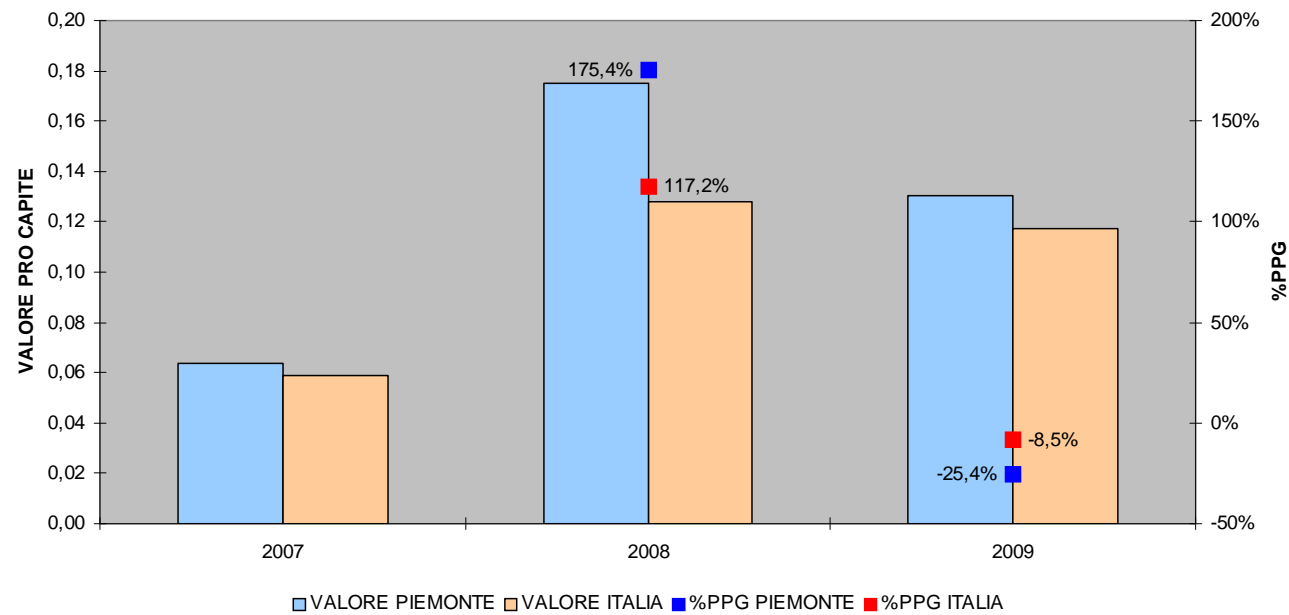
ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 12 URINARY AND REPRODUCT CAR



ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 34 SLIMMING AIDS



ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 34 SLIMMING AIDS



Per due patologie abbiamo integrato dati di prodotti fitoterapici con prodotti etici...

CLASSE DI INTERESSE	PRODOTTO	CONFEZIONE
DISLIPIDEMIE	ARMOLIPID PLUS NORMOLIP 5 NORMOLIP 5 NO COLEST RIDUCOL DEH	COMPR 20 CAPS 30 CAPS 60 PERLE 30 F.OS 10 30ML
CLASSE DI INTERESSE	PRODOTTO	CONFEZIONE
PROBLEMA ANSIA/INSONNIA	VALERIANA DISPERT VALERIANA DISPERT VALERIANA DISPERT VALERIANA DISPERT VALERIANA CRONO SERENOTTE ERBE DELLA NOTTE ERBE DELLA NOTTE ARKOCAP. ARKOCAPSULE	CONF 45MG 30 CPR 45MG 60 CPR 125MG 20 CPR 135MG 20 COMPR 30 COMPR 5MG 30 FLACONE 1 50ML JUNIOR 1 50ML PASSIFLORA 45 PASSIFLORA 50

... i prodotti fitoterapici scelti...

	SALES-IN(UN) YTD/12/2007 (Absolute)	SALES-IN(UN) YTD/12/2008 (Absolute)	SALES-IN(UN) YTD/12/2008 %PPG Previous Year (Absolute)	SALES-IN(UN) YTD/12/2009 (Absolute)	SALES-IN(UN) YTD/12/2009 %PPG Previous Year (Absolute)	SALES-IN(EUR) YTD/12/2007 (Absolute)	SALES-IN(EUR) YTD/12/2008 (Absolute)
ITALY PTR 1							
DISLIPIDEMIE	319.800	575.506	80,0	809.734	40,7	6.620.414	11.780.480
ARMOLIPID PLUS	281.128	504.637	79,5	729.891	44,6	5.873.235	10.513.043
NORMOLIP 5	31.854	41.042	28,8	39.290	-4,3	629.837	808.627
NO COLEST	0	12.241	---	23.948	95,6	0	164.046
RIDUCOL DEH	6.818	17.586	157,9	16.605	-5,6	117.342	294.763
PROBLEMA ANSIA/INSONNIA	1.286.193	1.302.882	1,3	1.255.923	-3,6	10.340.179	10.444.601
VALERIANA DISPERT	1.136.290	1.103.207	-2,9	1.015.242	-8,0	8.845.997	8.785.601
VALERIANA CRONO	89.102	129.856	45,7	167.838	29,2	875.623	898.653
SERENOTTE	7.131	27.649	287,7	35.573	28,7	89.004	342.611
ERBE DELLA NOTTE	46.235	35.010	-24,3	30.574	-12,7	458.289	348.029
ARKOCAP.	7.393	7.152	-3,3	6.696	-6,4	70.927	69.697
ARKOCAPSULE	42	8	-81,0	0	-100,0	338	10

... i prodotti etici scelti...

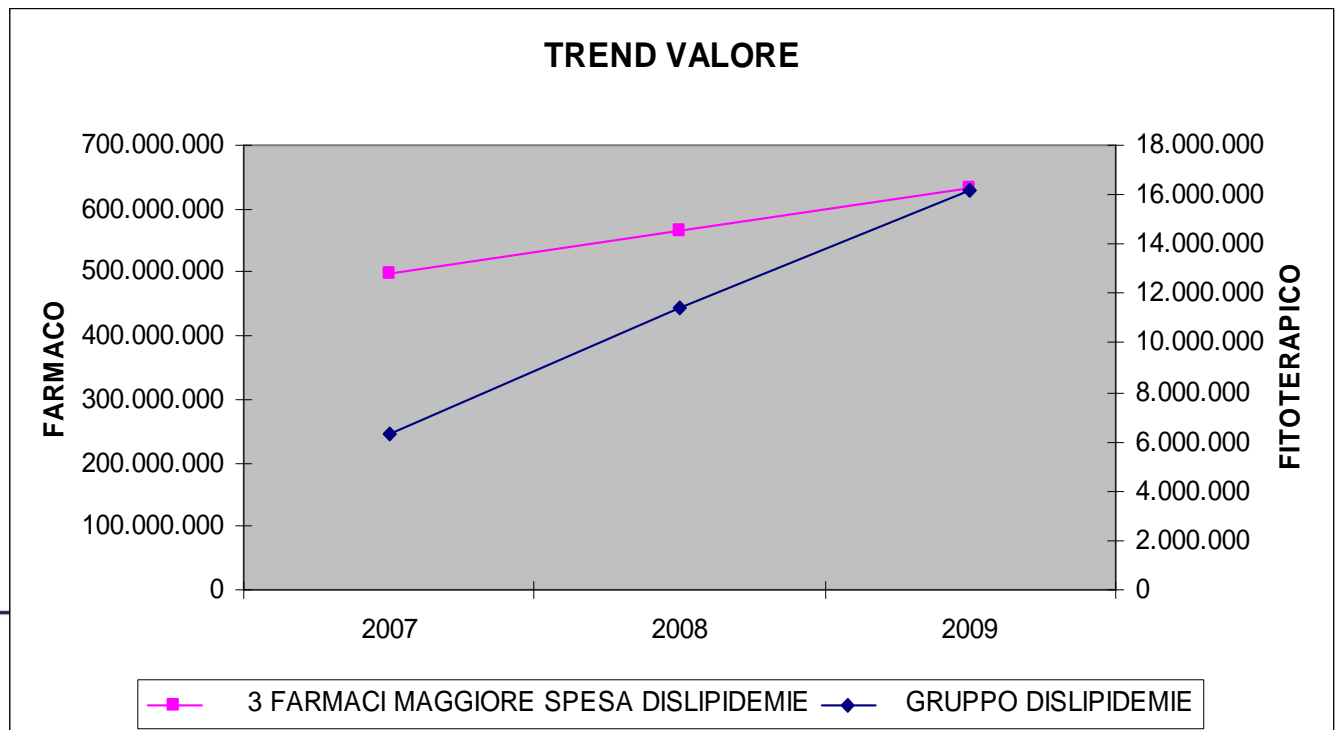
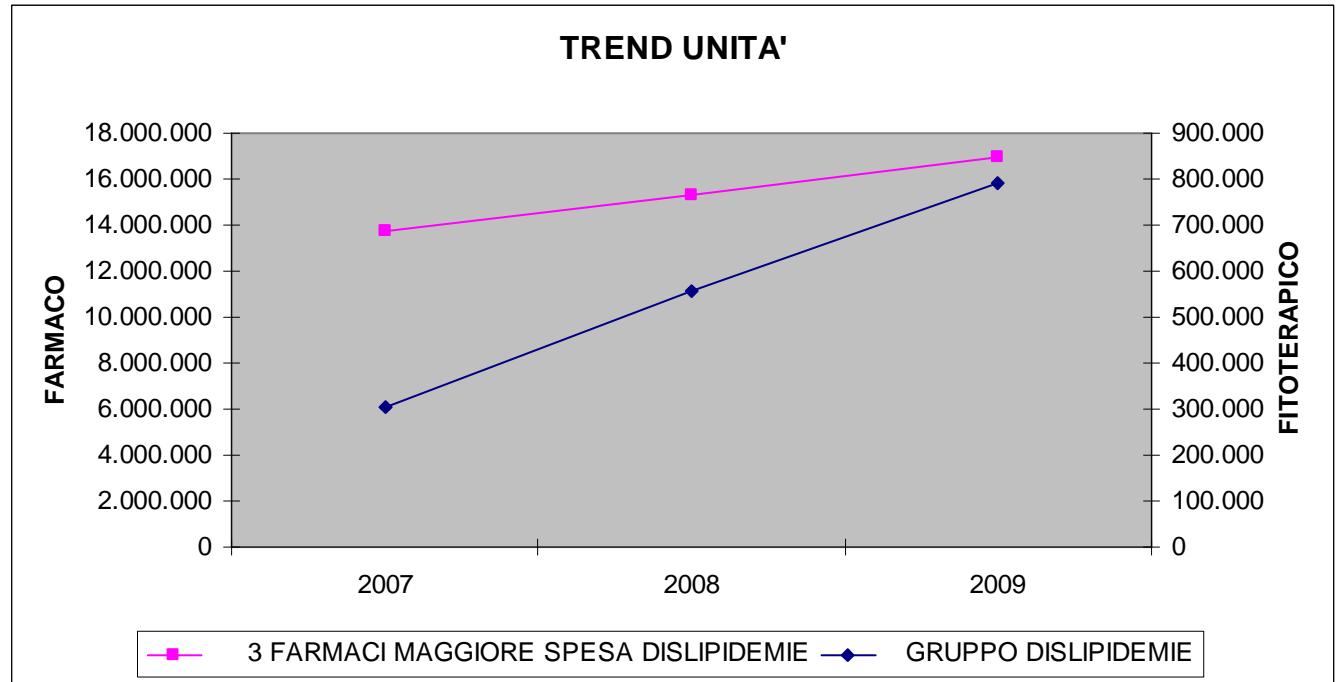
SELLIN	UNITA ANNO 2007 (Absolute)	UNITA ANNO 2008 (Absolute)	UNITA ANNO 2008 %PPG Previous Year (Absolute)	UNITA ANNO 2009 (Absolute)	UNITA ANNO 2009 %PPG Previous Year (Absolute)	VALORE PREZZO PUBBLICO ANNO 2007 (Absolute)
ITALIA						
C10AA INIBITORI DELLA HMG COA REDUTT	37.235.273	40.777.789	9,5	44.344.690	8,7	1.014.343.810,83
3 FARMACI MAGGIORE SPESA DISLIPIDEMIE	13.715.947	15.317.938	11,7	16.943.330	10,6	498.041.672,37
CRESTOR	3.096.918	3.661.885	18,2	4.291.607	17,2	91.037.796,89
TORVAST	6.513.997	7.189.100	10,4	7.682.299	6,9	251.899.150,30
TOTALIP	4.105.032	4.466.953	8,8	4.969.424	11,2	155.104.725,18
All Others	23.519.326	25.459.851	8,3	27.401.360	7,6	516.302.138,45
N05BA DERIVATI BENZODIAZEP.+N05CF ANALOGHI BENZODIAZ.	63.463.403	64.400.364	1,5	62.595.224	-2,8	408.906.608,05
3 FARMACI MAGGIORE SPESA ANSIA/INSONNIA	25.352.108	26.020.771	2,6	25.887.769	-0,5	156.147.364,93
LEXOTAN	7.481.013	7.364.488	-1,6	6.950.089	-5,6	51.232.316,32
TAVOR	8.548.755	8.640.362	1,1	8.561.081	-0,9	59.505.883,92
XANAX	9.322.340	10.015.921	7,4	10.376.599	3,6	45.409.164,69
All Others	38.111.295	38.379.593	0,7	36.707.455	-4,4	252.759.243,12
PIEMONTE						
C10AA INIBITORI DELLA HMG COA REDUTT	2.458.760	2.748.064	11,8	3.061.019	11,4	67.140.273,75
3 FARMACI MAGGIORE SPESA DISLIPIDEMIE	928.967	1.078.234	16,1	1.250.681	16,0	33.326.637,30
CRESTOR	216.546	268.959	24,2	341.754	27,1	6.342.898,52
TORVAST	458.258	523.542	14,2	574.374	9,7	17.455.777,84
TOTALIP	254.163	285.733	12,4	334.553	17,1	9.527.960,94
All Others	1.529.793	1.669.830	9,2	1.810.338	8,4	33.813.636,45
N05BA DERIVATI BENZODIAZEP.+N05CF ANALOGHI BENZODIAZ.	5.718.801	5.888.730	3,0	5.654.008	-4,0	36.951.005,25
3 FARMACI MAGGIORE SPESA ANSIA/INSONNIA	2.071.239	2.192.827	5,9	2.187.434	-0,2	13.071.816,14
LEXOTAN	672.431	668.021	-0,7	630.579	-5,6	4.645.382,98
TAVOR	670.121	726.040	8,3	727.110	0,1	4.692.086,41
XANAX	728.687	798.766	9,6	829.745	3,9	3.734.346,75
All Others	3.647.562	3.695.903	1,3	3.466.574	-6,2	23.879.189,10

... il confronto numerico...

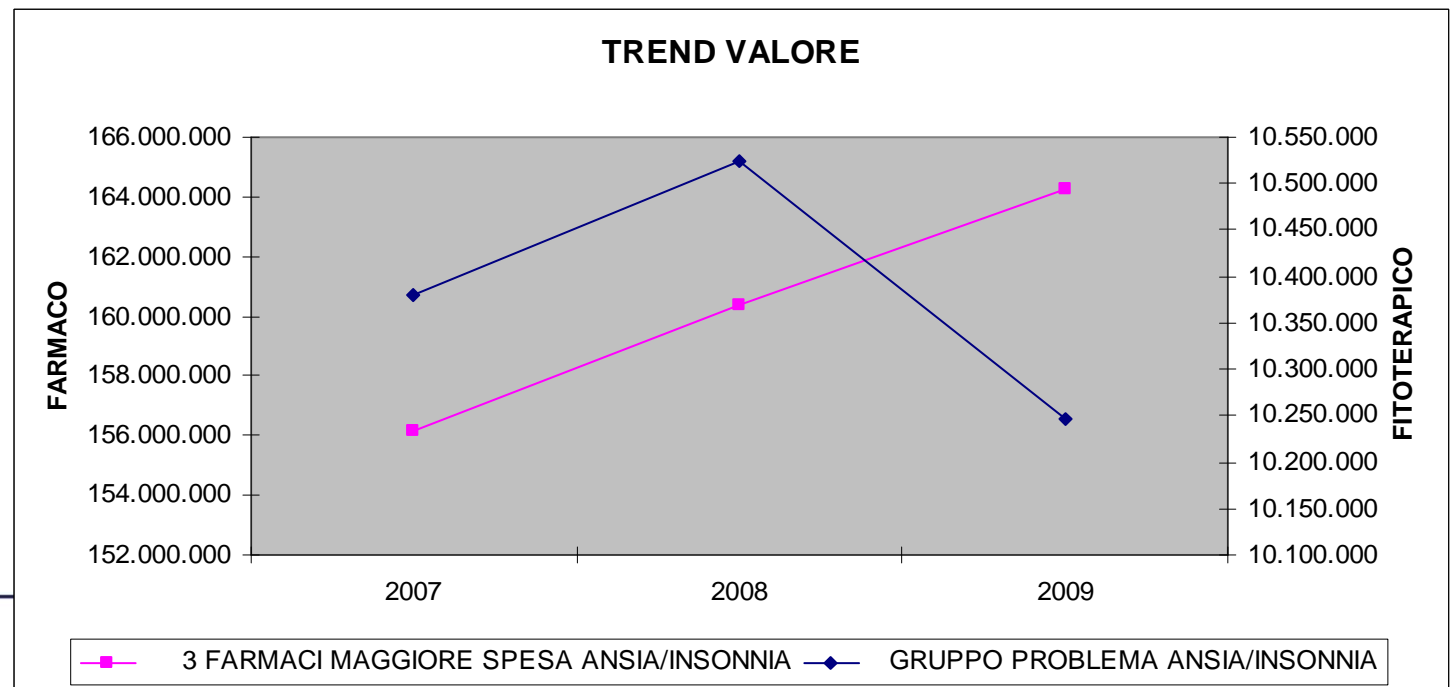
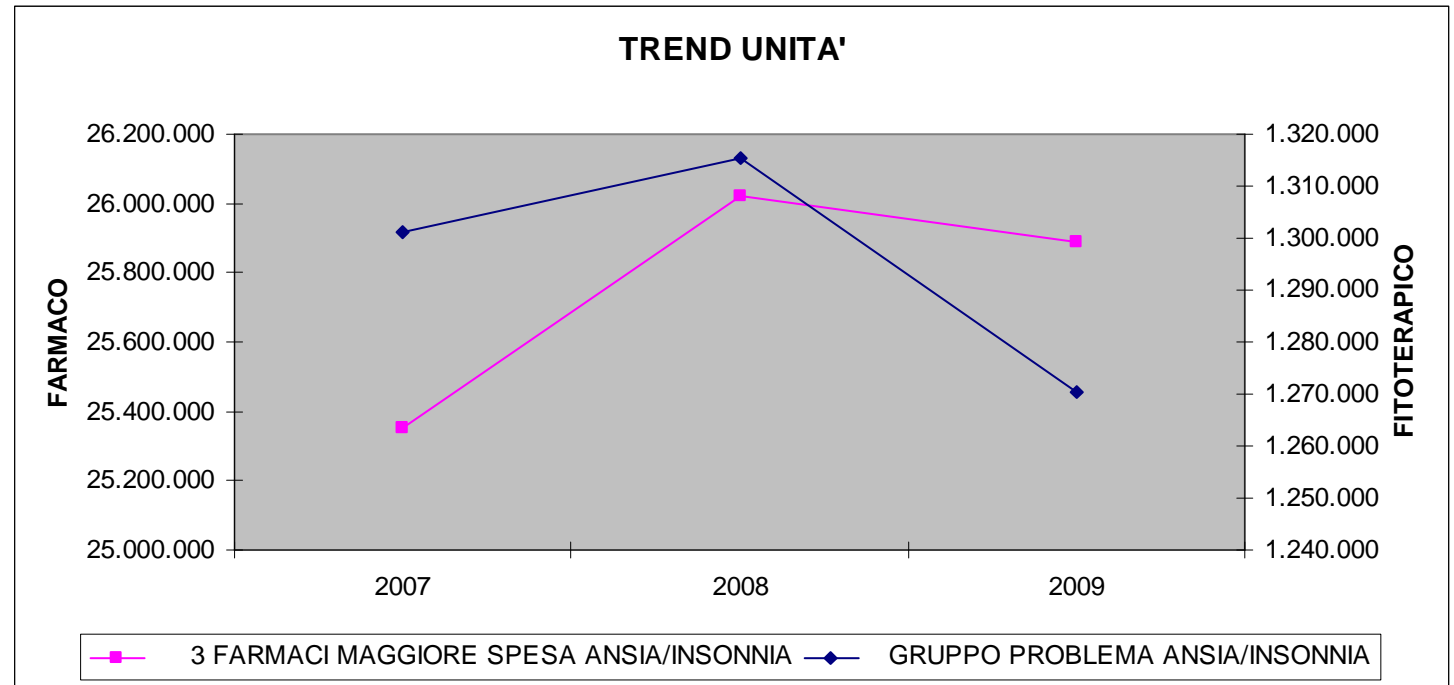
SELLIN	UNITA ANNO 2007	UNITA ANNO 2008	UNITA ANNO 2008 %PPG Previous Year	UNITA ANNO 2009	UNITA ANNO 2009 %PPG Previous Year	VALORE PREZZO PUBBLICO ANNO 2007	VALORE PREZZO PUBBLICO ANNO 2008	VALORE PREZZO PUBBLICO ANNO 2008 %PPG Previous Year
3 FARMACI MAGGIORE SPESA DISLIPIDEMIE	13.715.947	15.317.938	11,7	16.943.330	10,6	498.041.672,37	565.987.053,52	13,6
3 FARMACI MAGGIORE SPESA ANSIA/INSONNIA	25.352.108	26.020.771	2,6	25.887.769	-0,5	156.147.364,93	160.375.858,96	2,7

PTR	SALES- OUT(UN) YTD/12/200 7	SALES- OUT(UN) YTD/12/2008	SALES- OUT(UN) YTD/12/2 008 %PPG Previous Year	SALES- OUT(UN) YTD/12/2009	SALES- OUT(UN) YTD/12/2 009 %PPG Previous Year	SALES- OUT(EUR) YTD/12/2007	SALES-OUT(EUR) YTD/12/2008	SALES- OUT(EUR) YTD/12/2008 %PPG Previous Year
GRUPPO DISLIPIDEMIE	304.169	556.481	83,0	790.645	42,1	6.295.819,73	11.442.210,09	81,7
GRUPPO PROBLEMA ANSIA/INSONNIA	1.301.001	1.315.270	1,1	1.270.285	-3,4	10.380.658,92	10.523.908,11	1,4

...il confronto grafico per la dislipidemia...



...il confronto
grafico per
ansia/insonnia...



Agenda

- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

Obiettivi

Sarebbe possibile determinare per i fitoterapici il peso della classe medica, del farmacista e della pubblicità, considerando le seguenti variabili che caratterizzano il flusso di acquisto:

- ✓ la tipologia e l'incidenza dei drivers di acquisto;
- ✓ la tipologia della terapia;
- ✓ le motivazioni all'acquisto;
- ✓ la patologia di assunzione del prodotto;
- ✓ il profilo dell'utilizzatore il prodotto (età, sesso);
- ✓ l'utilizzo del prodotto e le motivazioni di acquisto;
- ✓ i prodotti eventualmente utilizzati prima.

Questionario

1. Indicare nella lista sottostante il prodotto richiesto dal paziente

- 1 Codex 2 Dicoflor 3 Enterogermina 10 fiale 4 Enterogermina 20 fiale
5 Enterogermina 12 CPS 6 Enterolactis/Enterolactis Plus 7 Lactoflorene/Neo lactoflorene
8 Florvis GG 9 Yovis 10 Puraflor 11 Reuflor 70 Altro probiotico non in lista

2. Il prodotto richiesto è destinato all'acquirente oppure ad un'altra persona?

- 1 All'acquirente stesso → 1 Maschio 2 Femmina Età: _____ anni compiuti
- 2 Ad un'altra persona → 1 Figlio/a 2 Coniuge/Altro famigl.re 3 Altra persona NON famigl.re
- 1 Maschio 2 Femmina Età: _____ anni compiuti

Rispondere alle domande seguenti con riferimento alla persona a cui è destinato il prodotto.

3. Indicare il motivo/motivi per cui il prodotto viene utilizzato (possibili più risposte)

- 1 Diarrea 2 Terapia antibiotica 3 Infezione intestinale/influenza 4 Uso preventivo
5 Colon irritabile 6 Coliche Gassose 7 Gonfiore/tensione/dolore addom.le 8 Flora batte.ca alterata
9 Alimentazione disordinata 70 Altro (specificare)

4. Chi ha consigliato o prescritto il farmaco che il paziente sta acquistando?

- 1 Il medico di base
- 2 Il medico specialista (Indicare lo specialista) → 1 Pediatra 2 Otorino
3 Gastroenterol. 4 Geriatra
- 3 Il farmacista 4 Un amico/conoscente/parente
- 5 La pubblicità in farmacia 6 La pubblicità su giornali/riviste/TV
- 7 Decisione autonoma del paziente → fare domanda 5
- 70 Altro (specificare)
- 70 Altro specialista, e cioè: _____
- 80 Non sa

Se il paziente ha deciso autonomamente di acquistare il farmaco

5. Per quale motivo il paziente ha deciso autonomamente di acquistare il farmaco?

- 1 Buon rapporto qualità prezzo 2 Fiducia nei confronti della marca 3 Per abitudine/uso pregresso
4 Per l'efficacia del prodotto 5 Per la praticità della conf.ne 70 Altro (specificare)

A TUTTI

6. E' la prima volta che questo farmaco viene acquistato?

- 1 SI, è la prima volta → passare a domanda 9 2 NO, non è la prima volta → proseguire con dom 7

Se il paziente non è la prima volta che acquista il farmaco richiesto:

7. Chi ha consigliato o prescritto il farmaco la prima volta?

- 1 Il medico di base
- 2 Il medico specialista (Indicare lo specialista) → 1 Pediatra 2 Otorino
3 Gastroenterol. 4 Geriatra
- 3 Il farmacista 4 Un amico/conoscente/parente
- 5 La pubblicità in farmacia 6 La pubblicità su giornali/riviste/TV
- 7 Decisione autonoma del paziente
- 70 Altro (specificare)
- 70 Altro specialista, e cioè: _____
- 80 Non sa

8. Con quale frequenza abitualmente il paziente assume il farmaco?

- 1 Occasionalmente/al bisogno
- 3 Ciclicamente (specificare) → 1 Ogni mese 2 Ogni 2-3 mesi 3 2 volte all'anno
4 1 volta all'anno 4 Meno spesso

9. Prima di questo farmaco, il paziente ne prendeva uno diverso per curare lo stesso disturbo?

- 1 NO, non prendeva altri farmaci → passare a dom 11 2 SI, ne prendeva uno diverso → fare dom 10 e succ.

10. Quale prodotto prendeva?

- 1 Codex 2 Dicoflor 3 Enterogermina 4 Enterolactis/Enterolactis Plus
5 Lactoflorene/Neo lactoflorene 6 Florvis GG 7 Yovis 8 Puraflor
9 Reuflor 70 Altro probiotico non in lista

11. Quante dosi di prodotto contiene la confezione acquistata in questo momento dal paziente?

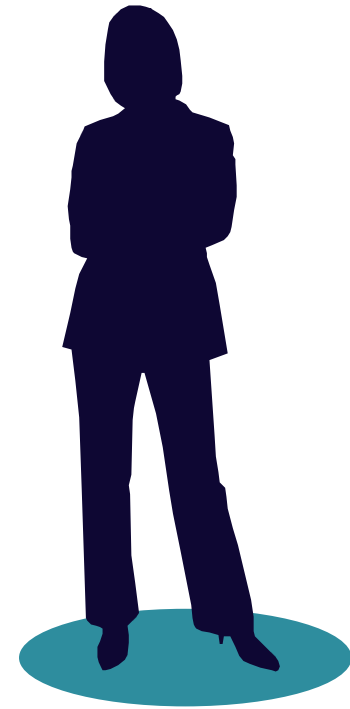
- 1 La confezione contiene fino a 12 dosi di prodotto (Bustine/fiale/cps/ecc...)
- 2 La confezione contiene oltre le 12 dosi di prodotto (Bustine/fiale/cps/ecc...)

12. Per quale motivo il paziente ha deciso di acquistare questa confezione di prodotto?

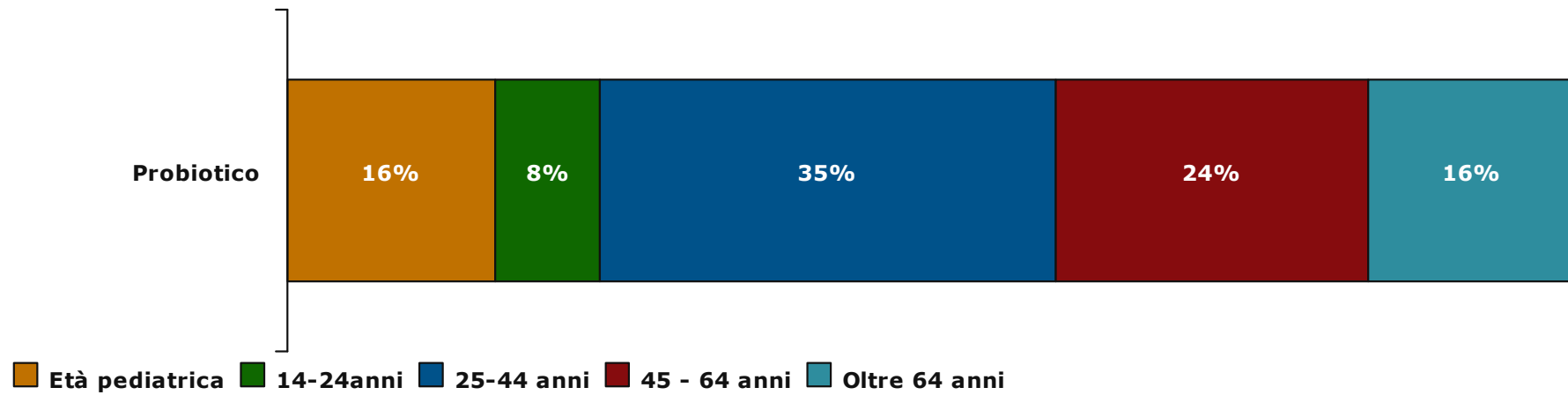
- 1 Perché è la giusta dose di terapia 2 Per una convenienza economica
3 Perché gli è stata consigliata 4 E' indifferente 7 Altro motivo



La tipologia di paziente



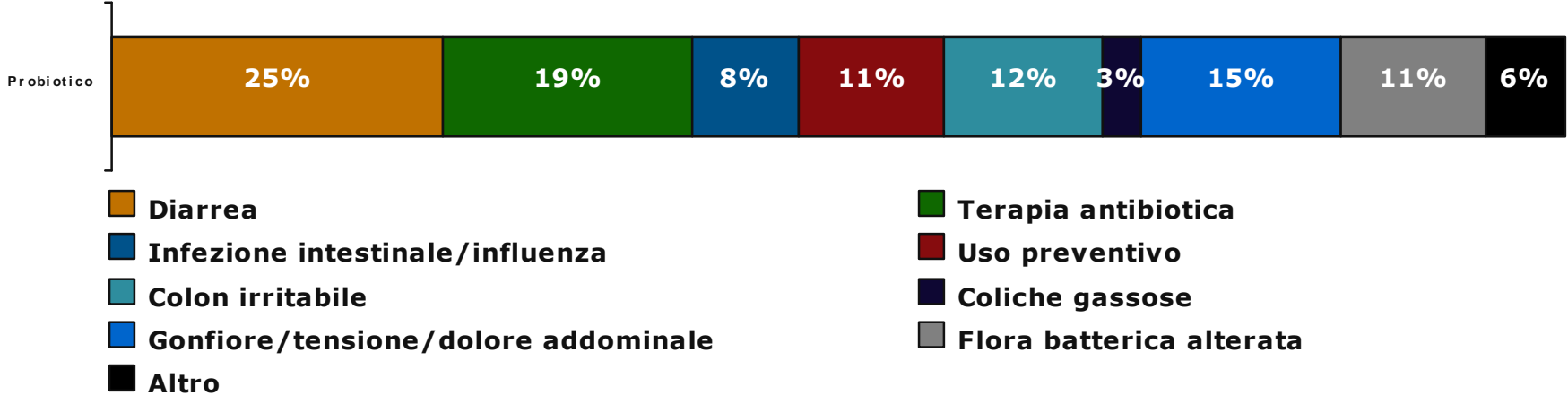
Il profilo del paziente per brand: Età



Il profilo del paziente per brand: sesso

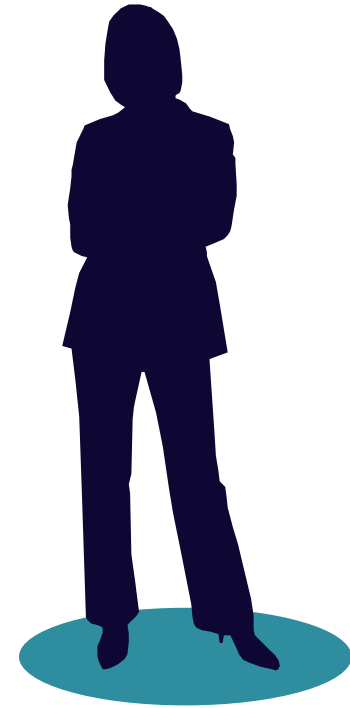


L'indicazione per cui il farmaco viene assunto

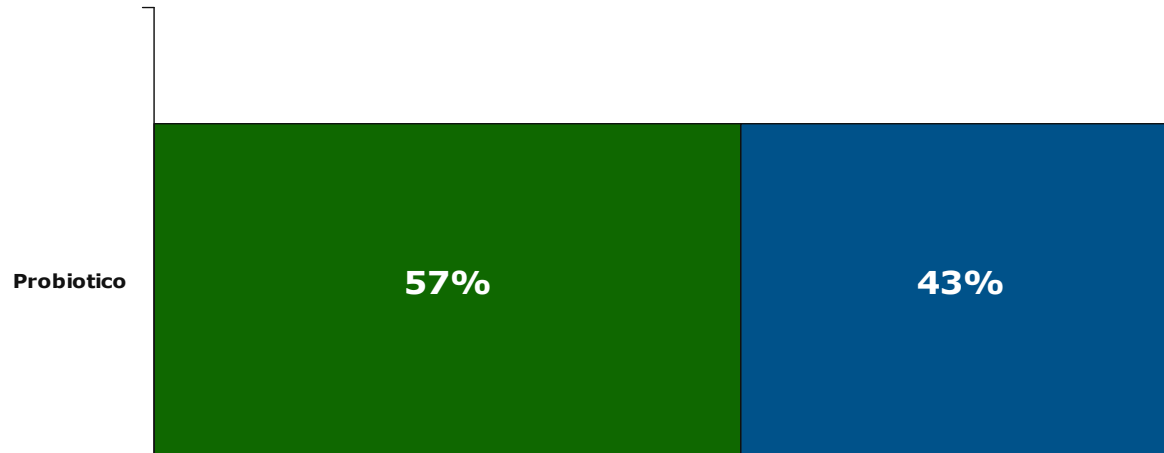




Tipologia di acquisto e di utilizzo



Tipologia di assunzione del farmaco: "Frequenza e Ciclo terapia"



■ Occasionalmente/al bisogno ■ Ciclicamente

Tipologia di assunzione ciclica del farmaco: "Ciclo terapia"

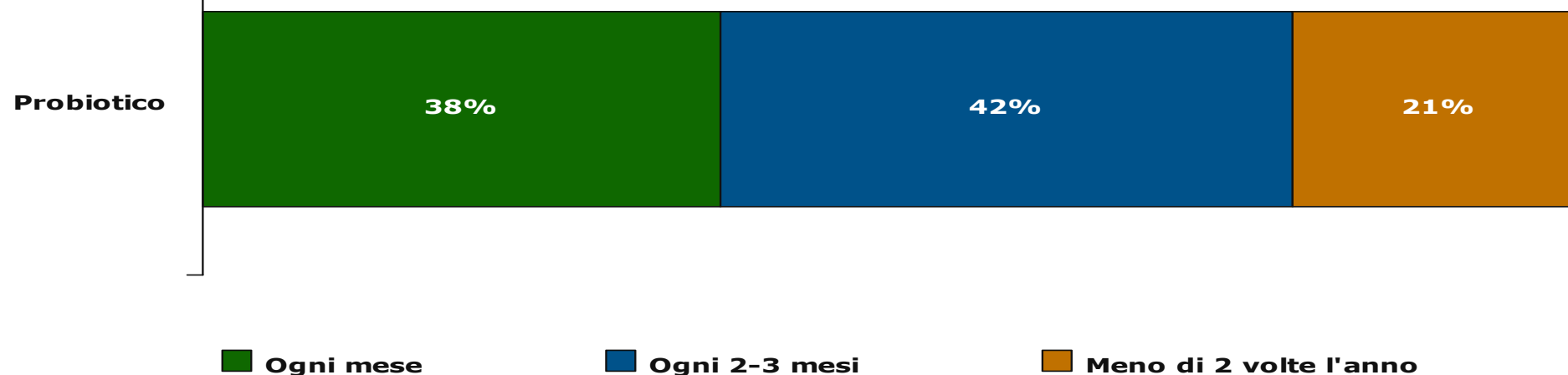


■ Ogni mese

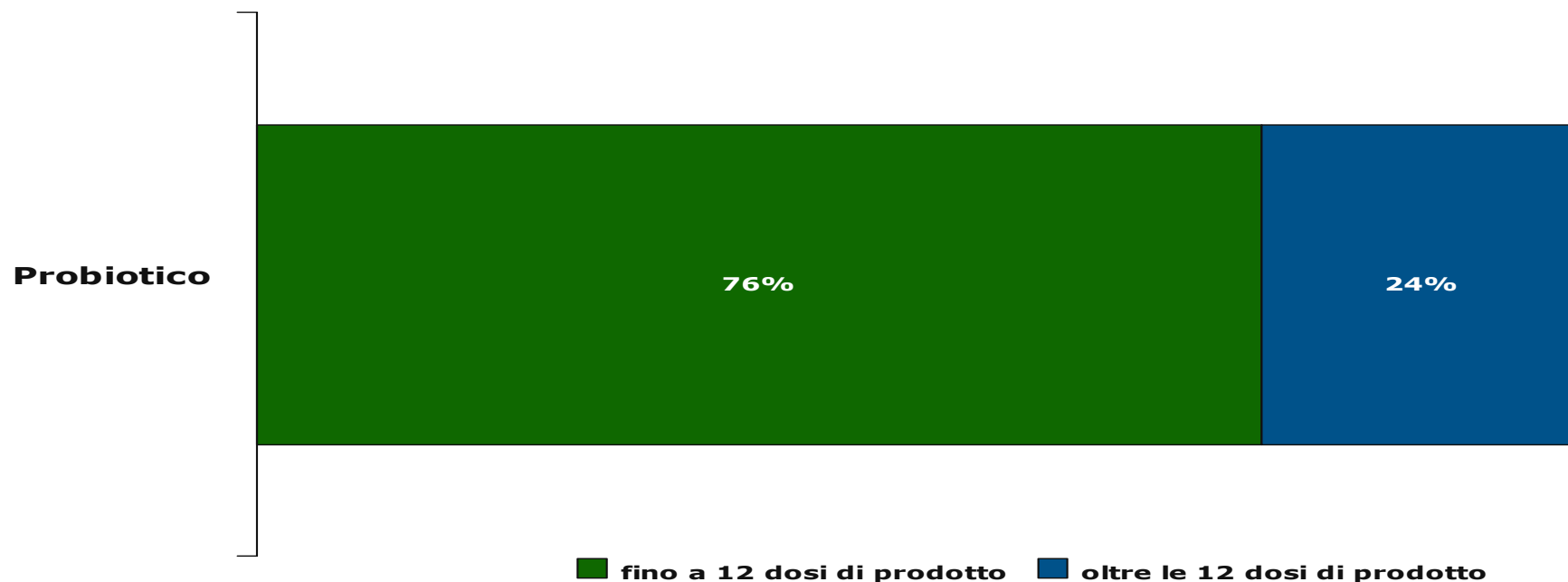
■ Ogni 2-3 mesi

■ Meno di 2 volte l'anno

Tipologia di assunzione ciclica del farmaco: "Ciclo terapia"

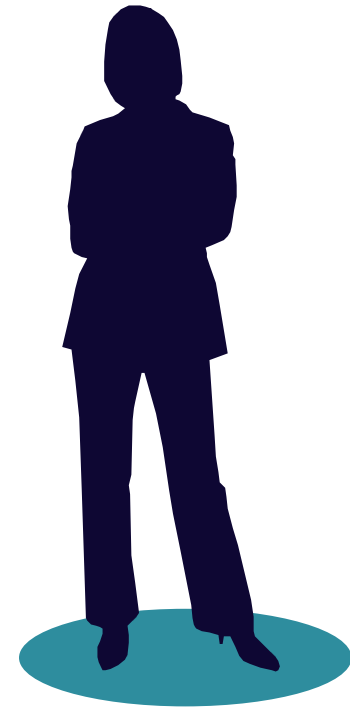


Numero dosi della confezione acquistata dal paziente

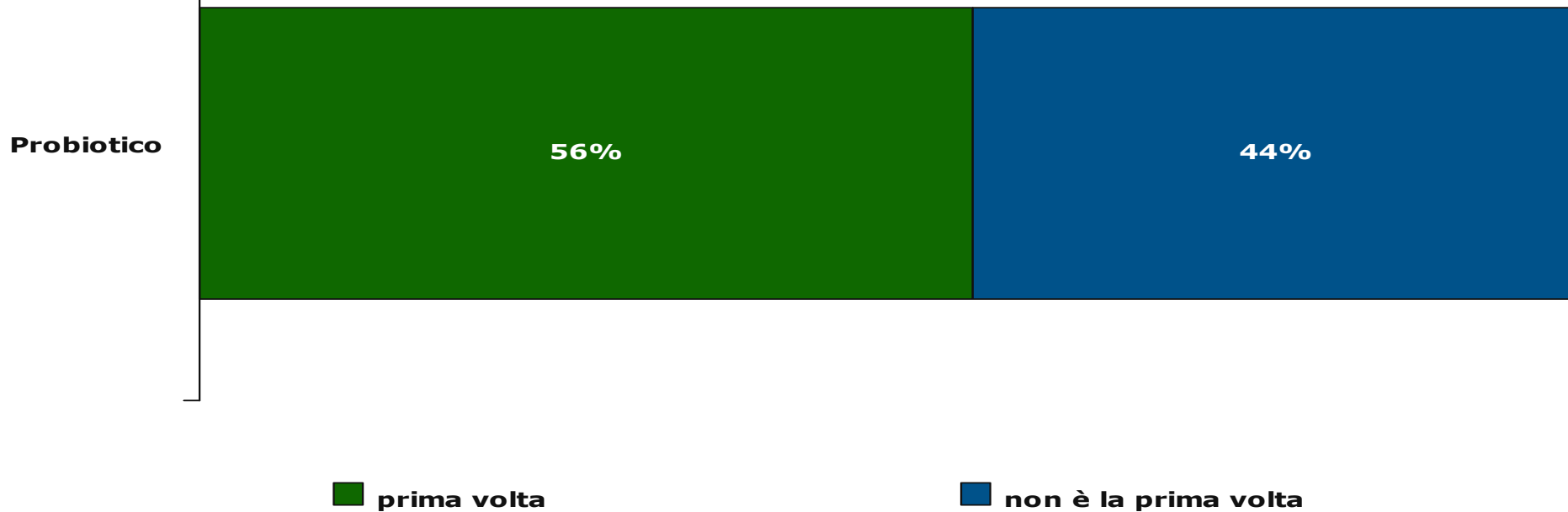




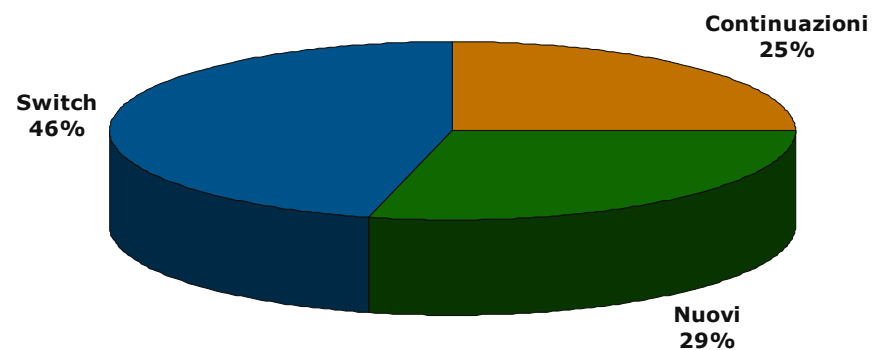
Il Mercato dinamico e statico



Flusso di acquisto: primo acquisto o acquisto ripetuto

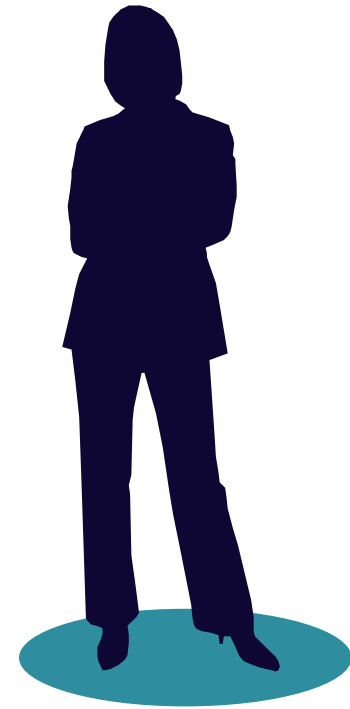


Flusso di acquisto: segmentazione del parco pazienti Switch tra confezioni



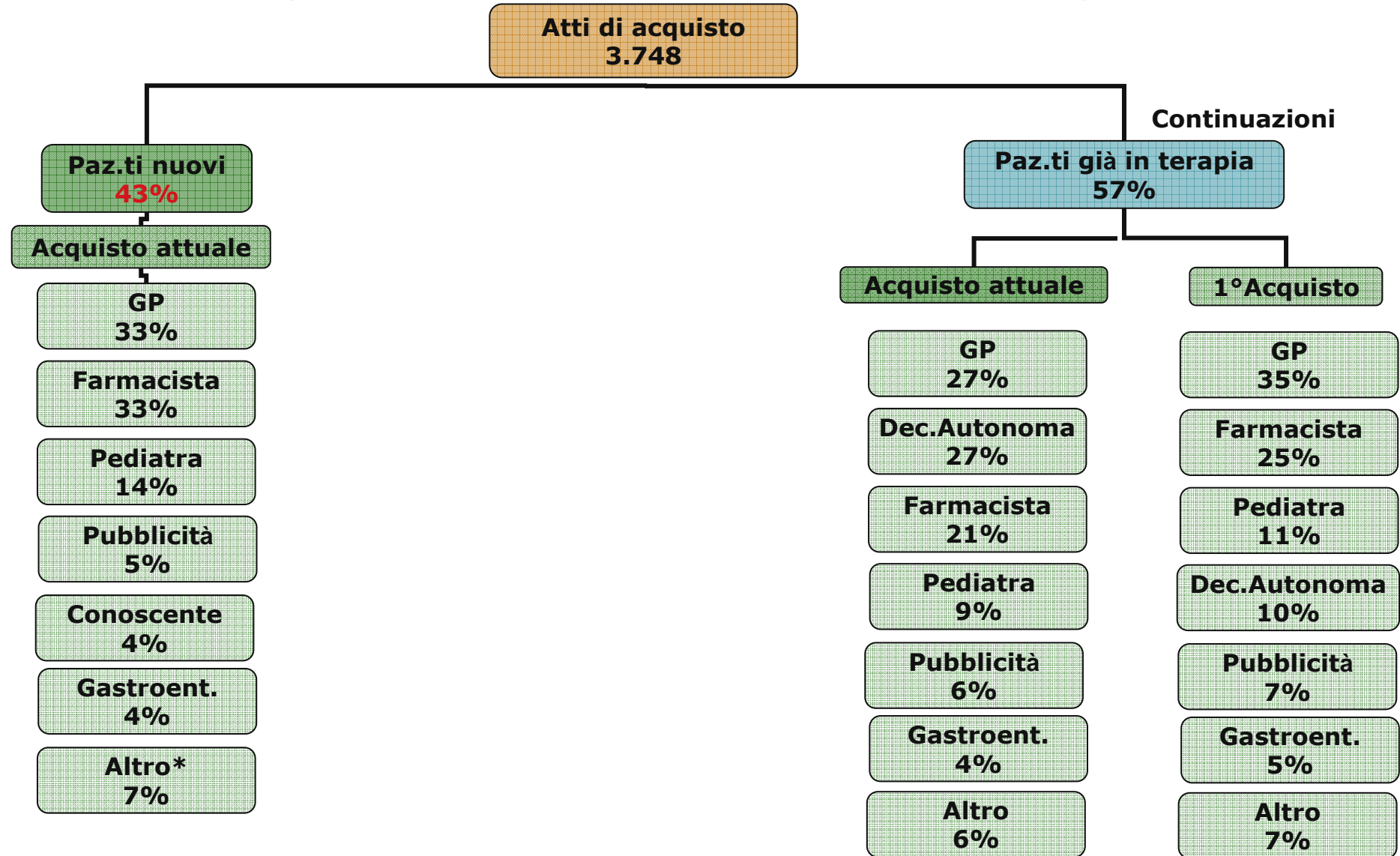


L'incidenza dei driver di acquisto: acquisto attuale, primo acquisto e originator



La genesi di acquisto nei probiotici

Flow chart: tipologia di pazienti e medico prescrivitore/originator

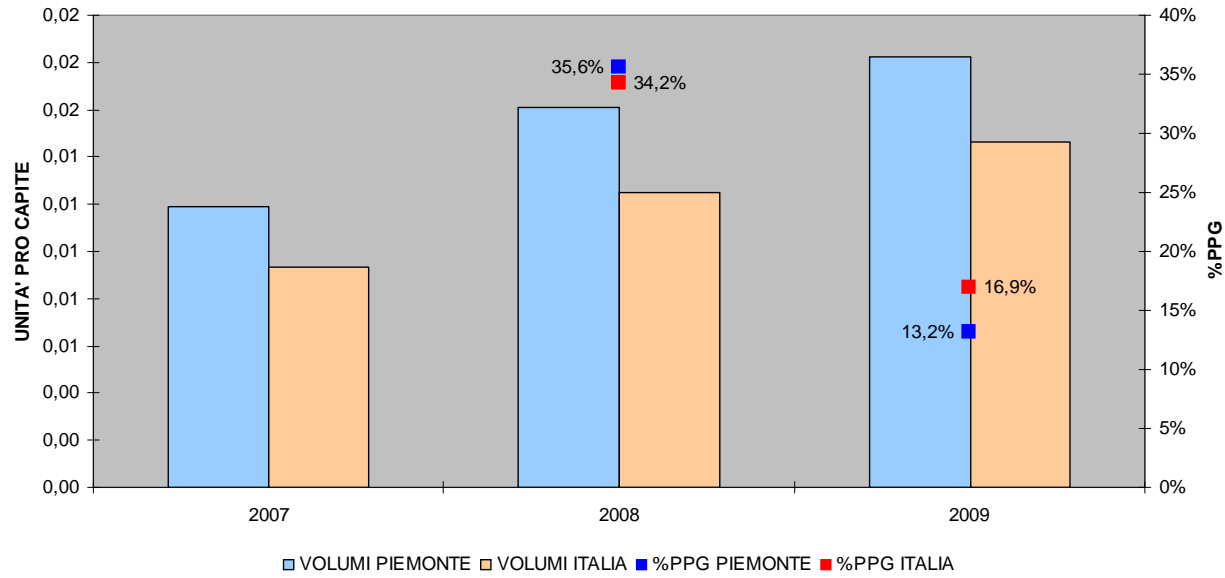


* Comprende decisione autonoma pari al 4%

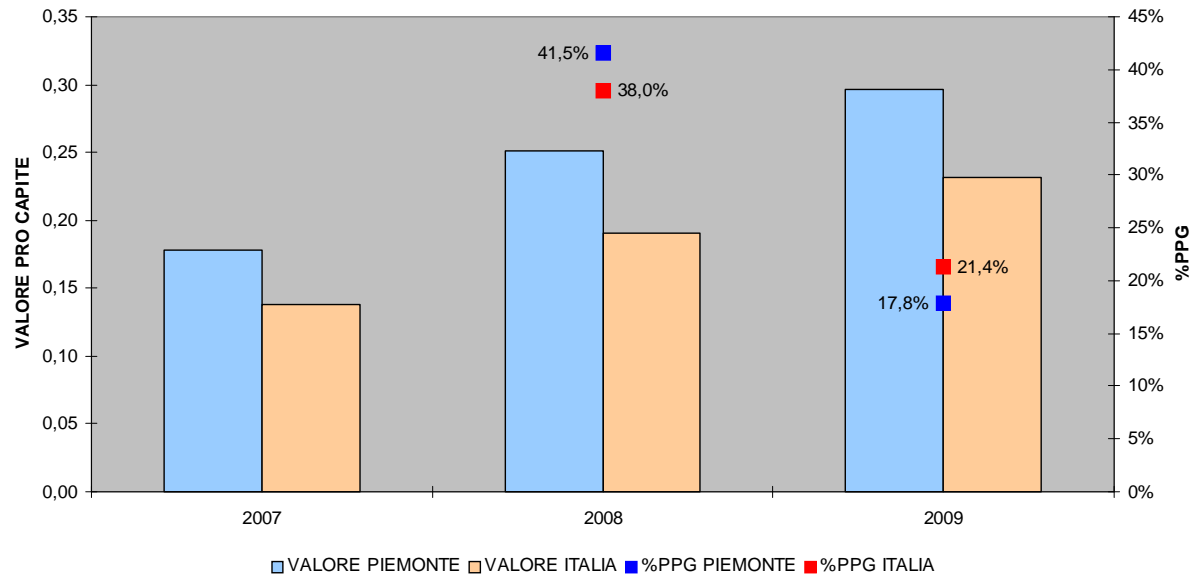
Agenda

- Medicine non convenzionali : Fitoterapia
- I canali distributivi dei prodotti fitoterapici
- Gli andamenti di vendita dei prodotti fitoterapici
 - ✓ globali
 - ✓ per categoria
- Analisi sul consumatore/acquirente di fitoterapici
- Analisi sui medici sull'utilizzo di fitoterapici

ANALISI VOLUMI PRO CAPITE - CLASSE 12 URINARY AND REPRODUCT CAR



ANALISI VALORE PRO CAPITE - CLASSE 12 URINARY AND REPRODUCT CAR





FITOTERAPICI nel trattamento dell'Iperplasia Prostatica benigna

UROLOGI:LE MODALITA' DEL TRATTAMENTO

I farmaci utilizzati dagli specialisti per il trattamento dell'IPB comprendono essenzialmente **3 classi**:

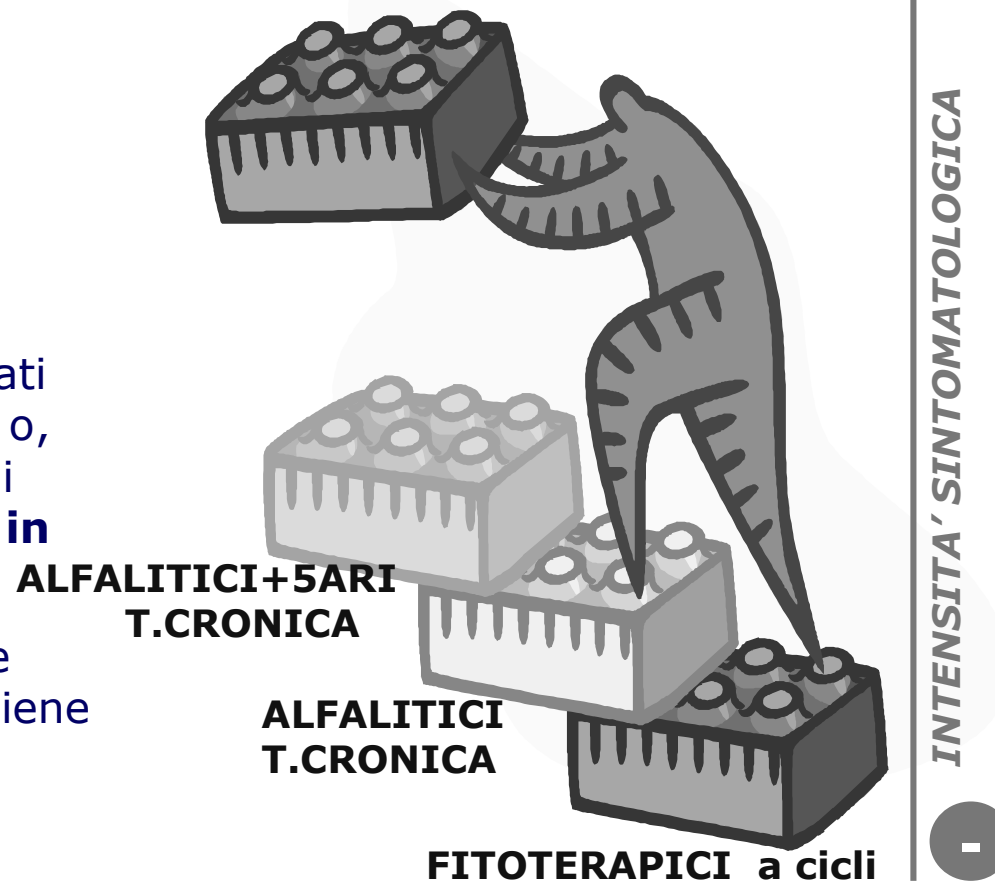
- ✓ **Fitoterapici**
- ✓ **Alfalitici**
- ✓ **Inibitori della 5 alfa riduttasi**

Si tratta di un **approccio a gradini**, dove nel **primo step**, per pazienti con una **sintomatologia sfumata e di lieve entità**, maggiormente ascrivibile a patologie infiammatorie, si situano i **fitoterapici**, utilizzati **ciclicamente** per 1-3 mesi, a cui si associano o, più frequentemente si sostituiscono, in caso di inadeguato controllo sintomatico, gli **alfalitici in terapia continuata**.

In caso di **aumento del volume prostatico** e **sintomatologia ostruttiva ingravescente** viene **associato all'alfalitico un 5ARI** in forma cronica.

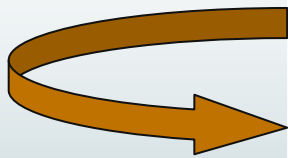
"Per me l'alfalitico dovrebbe essere eterno, infatti se il paziente non lo prende, si dimentica...recidiva subito!"

"Ormai nessun urologo, per le tipologie dei pazienti che vede, consiglia finasteride da sola!"



I FITOTERAPICI NELL'IPB

Un "ritorno al passato", alla storia dell'urologia, soprattutto per quelli a base di **Serenoa repens**, anche se oggi sono rivisitati ed interpretati in chiave moderna, all'interno di **integratori con complessi vitaminici, antiossidanti ed estratti naturali** (es: lycopene).



Vengono utilizzati, **ciclicamente**, nei **pazienti giovani**, con **lieve prostatismo**, disturbo prevalentemente irritativo e non ostruttivo, ritenendo la **componente infiammatoria in atto prevalente su quella proliferativa**.

"Stanno **rifiorendo**, le case ci stanno bombardando. In **casi selezionati**, pazienti **giovani** con **sintomatologia infiammatoria**, qualche risultato clinico e sintomatologico lo otteniamo."

"Il **fitoterapico non** è un farmaco che **si può prescrivere ad oltranza** perché il **paziente lo paga e l'effetto non è immediato**."

"Vanno bene nelle **forme iniziali**, con flussi quasi normali, forme infiammatorie per **periodi limitati**."

"Se si tratta di un **fatto congestizio**, con **prostata piccola**, ci si può anche avvalere di **decongestionanti naturali o pseudonaturali** che un **minimo risultato** lo danno."

"Ne esistono **troppi**, io di solito uso quelli a base di *Serenoa repens* in associazione con un altro fitoterapico e di solito **a cicli mensili**."

"Quando si fa una **biopsia per un sospetto PSA** l'istologico parla di **IPB associata a prostatite acuta/cronica** e quindi c'è un **razionale** per utilizzarli."

MMG:LE MODALITA' DEL TRATTAMENTO

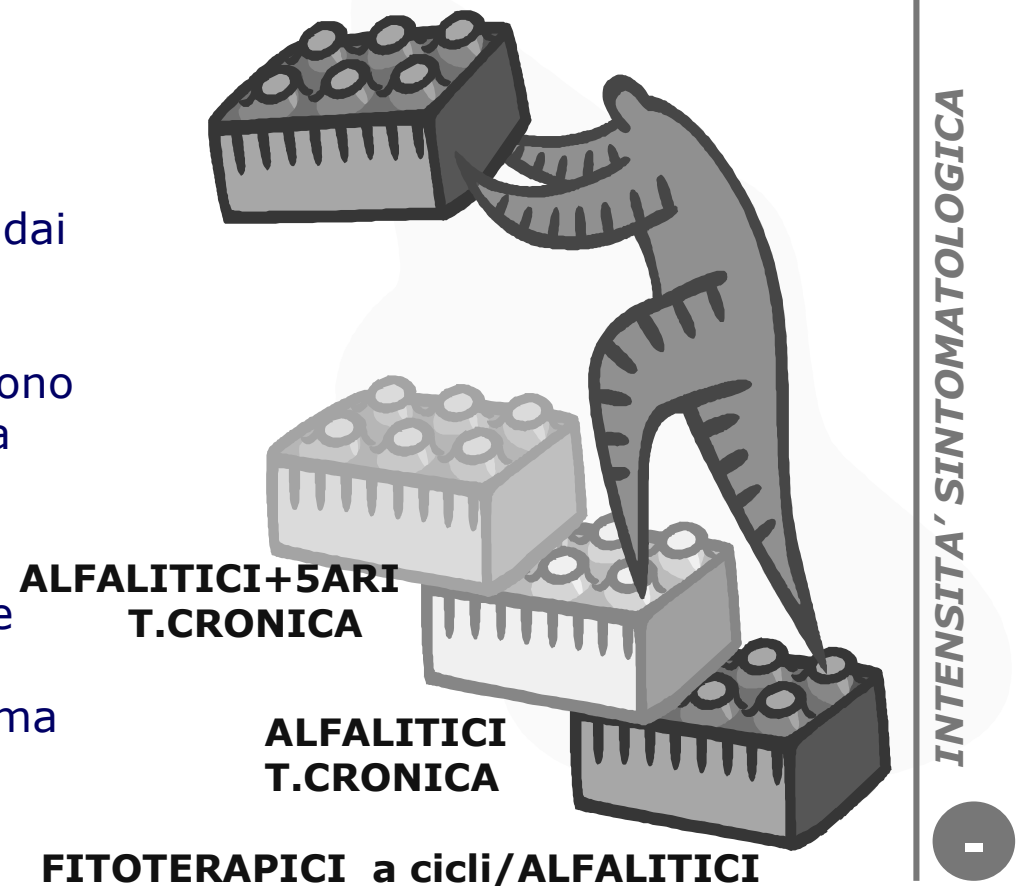
I farmaci utilizzati dai MMG per il trattamento dell'IPB comprendono come per gli specialisti, essenzialmente **3 classi**:

- ✓ **Fitoterapici**
- ✓ **Alfalitici**
- ✓ **Inibitori della 5 alfa riduttasi**

I **fitoterapici**, non vengono sempre prescritti dai MMG, ma lo sono solo sporadicamente, se il paziente si presume abbia una forma infiammatoria e per cicli più brevi in quanto, sono a totale carico del paziente e, se confermata la diagnosi di IPB, si passa direttamente alla monoterapia con gli **alfalitici**.

In caso di **aumento del volume prostatico** e **sintomatologia ostruttiva ingravescente**, viene **associato all'alfalitico un 5ARI** in forma cronica.

*"Il mio approccio iniziale è sempre con un **alfalitico-in continua** e **Permixon** a cicli di 1-2 mesi."*



I FITOTERAPICI NELL'IPB

Rispetto ai fitoterapici i MMG esprimono dei **comportamenti differenti**. Infatti, nell'ottica di valutare in tempi brevi, se la sintomatologia è realmente quella imputabile all'IPB, alcuni MMG li suggeriscono ai **pazienti**, soprattutto **più giovani**. Ciò al fine di risolvere una **patologia prostatica su base infiammatoria** con *principi attivi naturali*, graditi al paziente per l'aspetto di "non farmaco", e per la **somministrazione** limitata nel tempo, a carattere **ciclico**.

OK!

"Sono usciti recentemente **integratori**, distribuiti anche da case importanti, a base di **antiossidanti** e **qualche risposta c'è**."

"**Non hanno effetti collaterali** e, a chi non vuole farmaci, a volte, li prescrivo, a **cicli per 3-4 mesi**. Recentemente ho scritto **Prostaplant**.*"

"In un paziente con **sintomi lievi** inizio con un fitoterapico, **Permixon** che **qualcosa risolve** e poi lo rivedo dopo 3 mesi. **Se non c'è risposta entrano in gioco gli alfalitici**."

In altri MMG, il **costo elevato** unito ad un' **efficacia clinica priva di valida documentazione** rappresenta una barriera ad un'adozione convinta.

Ko!

"Per me sono **acqua fresca**."

"**Costano cari**, li utilizzo poco, e comunque **solo nei più giovani**, intorno ai 45 anni, perché poi **sui 50 fanno tutti l'alfalitico!**"

*Prostaplant: *Serenoa repens* + *urtica dioica*



Grazie

