

Il consumatore ibrido: il consumer journey dopo la Pandemia, il web e il ruolo della farmacia

Isabella Cecchini

Head of Primary Market Research IQVIA

Assosalute - Venerdì 14 gennaio 2022

DIGITAL HEALTH

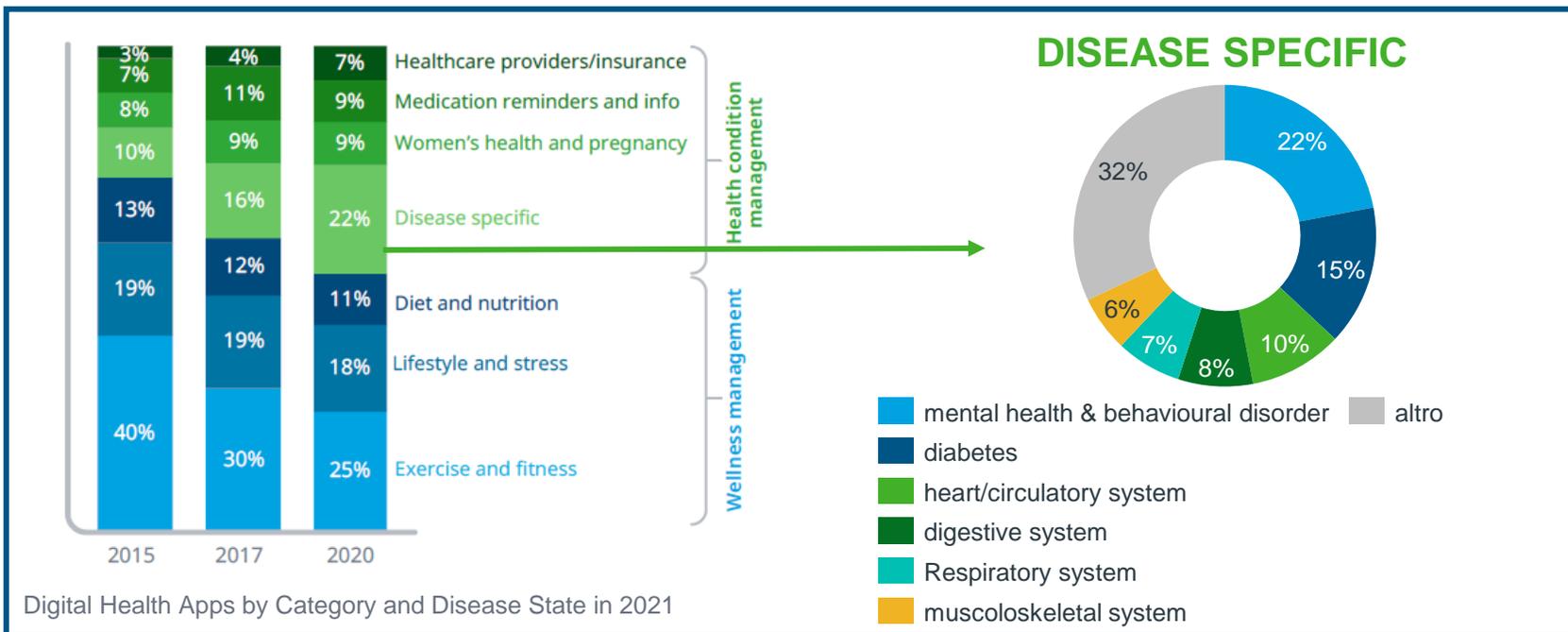
...nel mondo

Cresce l'utilizzo di app per la gestione della salute

APP disponibili oggi
Più di 350.000 APP di salute e fitness o mediche disponibile per i consumatori di tutto il mondo dall'Apple Store e Google Play.

2020
24 miliardi di investimenti nel DIGITAL HEALTH

2020
Sono arrivate più di 91.000 nuove APP negli store
+251 al giorno



Most popular APP fitness
 Fitbit, Mi Fit, Huawei Health, Google Fit, and
 Adidas Running App by Runtastic, Calorie Counter — MyFitnessPal and Home Workout and exercise apps.

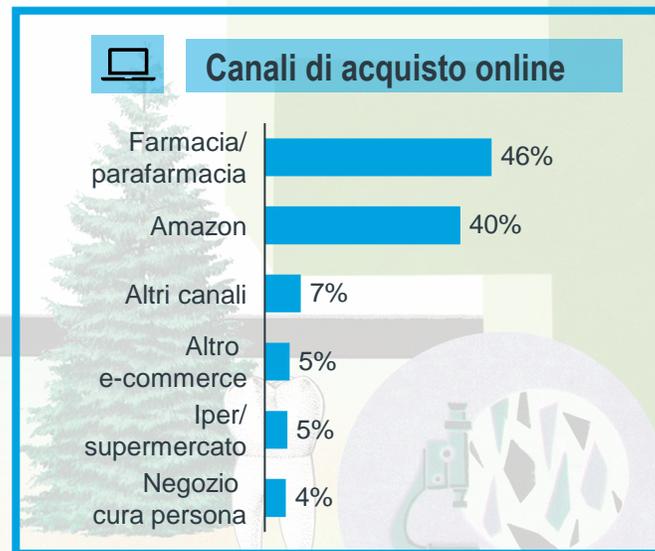
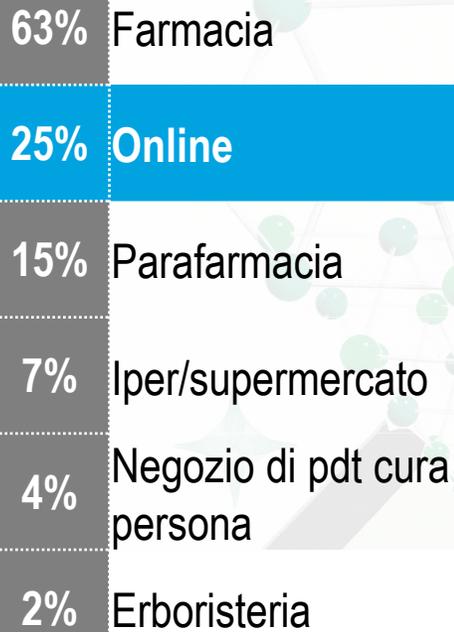
In Italia, nel 2021 1 persona su 4 ha utilizzato una App per la salute:

- 65% per monitorare sport/movimento
- 34% per controllare alimentazione/dieta
- 22% per ricordare di prendere farmaci
- 16% per monitorare indici di salute

Il consumatore “ibrido” fra la farmacia e il web: due canali “integrati”



Canali di acquisto



Motivazione di scelta del canale d'acquisto

25% Ha acquistato online

Motivi per acquisto online

- | | | |
|----|----------------------------------|-----|
| 1° | prezzo più conveniente | 56% |
| 2° | ho trovato più promozioni | 30% |
| 3° | delivery casa/ufficio | 23% |
| 4° | risparmio tempo | 21% |
| 5° | più semplice confrontare offerte | 15% |

75% Ha acquistato solo di persona

Motivi per non acquistare online

- | | | |
|----|-----------------------------------|-----|
| 1° | preferenza per i negozi fisici | 25% |
| 2° | mancanza di cfr con il farmacista | 17% |
| 3° | sfiducia nei pdt online | 13% |
| 4° | sfiducia nei portali online | 12% |
| 5° | mi piace andare in farmacia | 9% |

Cresce il valore della salute e l'attenzione alla prevenzione: ruolo complementare dei canali e degli esperti

Cresce la prevenzione e la prattività nella gestione della salute



86% OTC per il dolore, **83%** antinfluenzali, **74%** multivitaminici
61% integratori/farmaci per la funzionalità gastrica
59% integratori per la funzionalità intestinale

OTC/INTEGRATORI PIU' ACQUISTATI



1/4 dei consumatori ha acquistato **ONLINE** almeno 1 confezione delle categorie in target

ACQUISTO ONLINE



Il driver principale di acquisto online è il **prezzo e le promozioni**, importante anche **l'home delivery e la confrontabilità dei prodotti**

DRIVER DI ACQUISTO ONLINE



Il 25-30% degli acquisti è guidato dal farmacista
Il 42% utilizza i servizi offerti dalle farmacie, 1/3 ha iniziato dopo l'inizio della pandemia

IL FARMACISTA E LA FARMACIA DEI SERVIZI



Sul web i portali delle farmacie sono il canale elettivo per farmaci OTC e integratori gastro, Amazon è un riferimento per gli integratori colesterolo, multivitaminici, Omega3, articolazioni

FARMACIA ONLINE vs AMAZON



Sia per i farmaci da banco sia per gli integratori, il **referral principale** è il **medico (MMG/specialista)**, in particolare per gli integratori del colesterolo e della prostata

IL MEDICO PRINCIPALE REFERRAL

Contatti

Isabella Cecchini
Senior Principal, Primary Market Research
isabella.cecchini@iqvia.com

Laura Boschetti
Senior Consultant, OTC Manager
Primary Market Research
laura.boschetti@iqvia.com