

Il futuro della farmacia

Competizione e trasformazione digitale

Francesco Cavone

Director, IQVIA

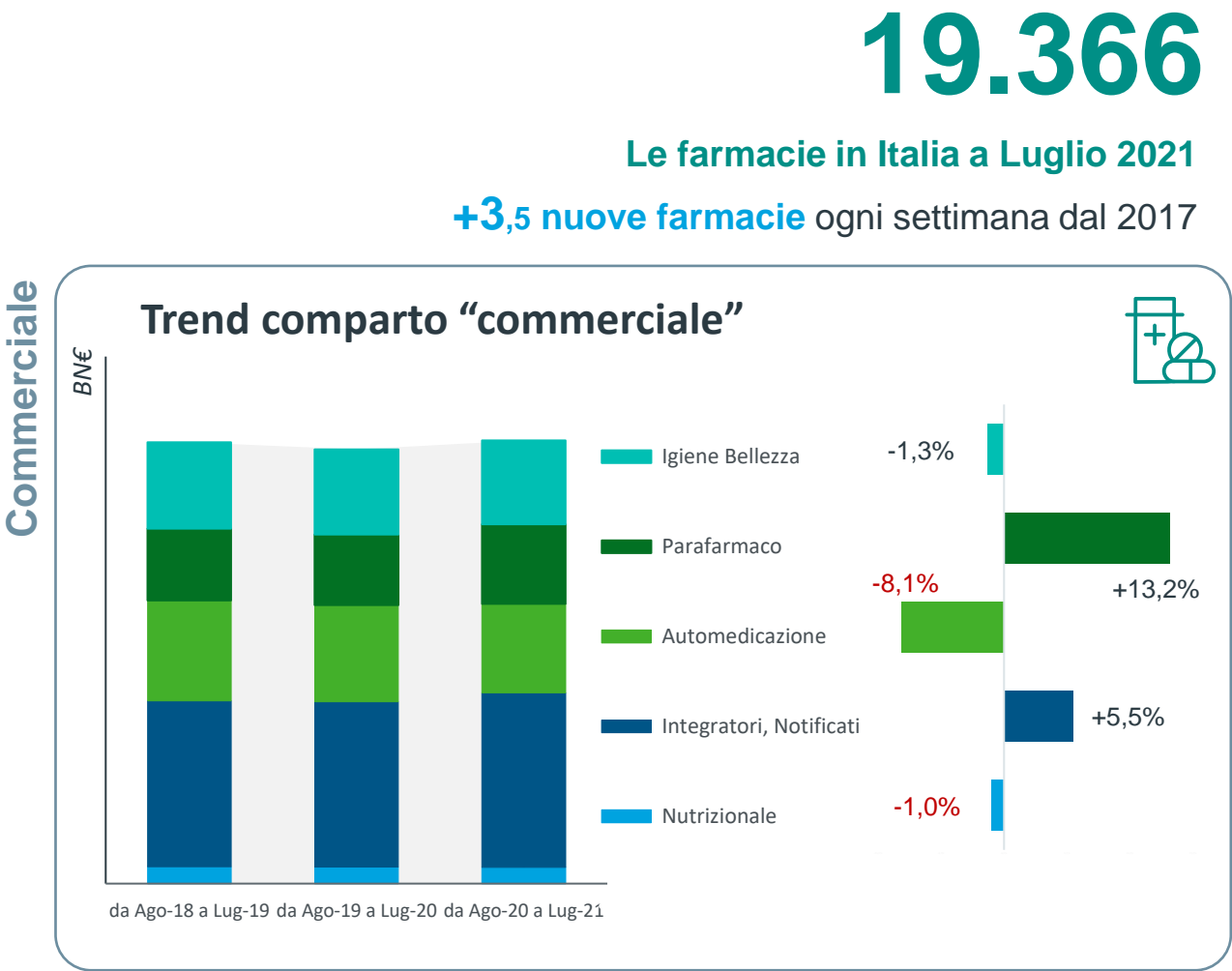
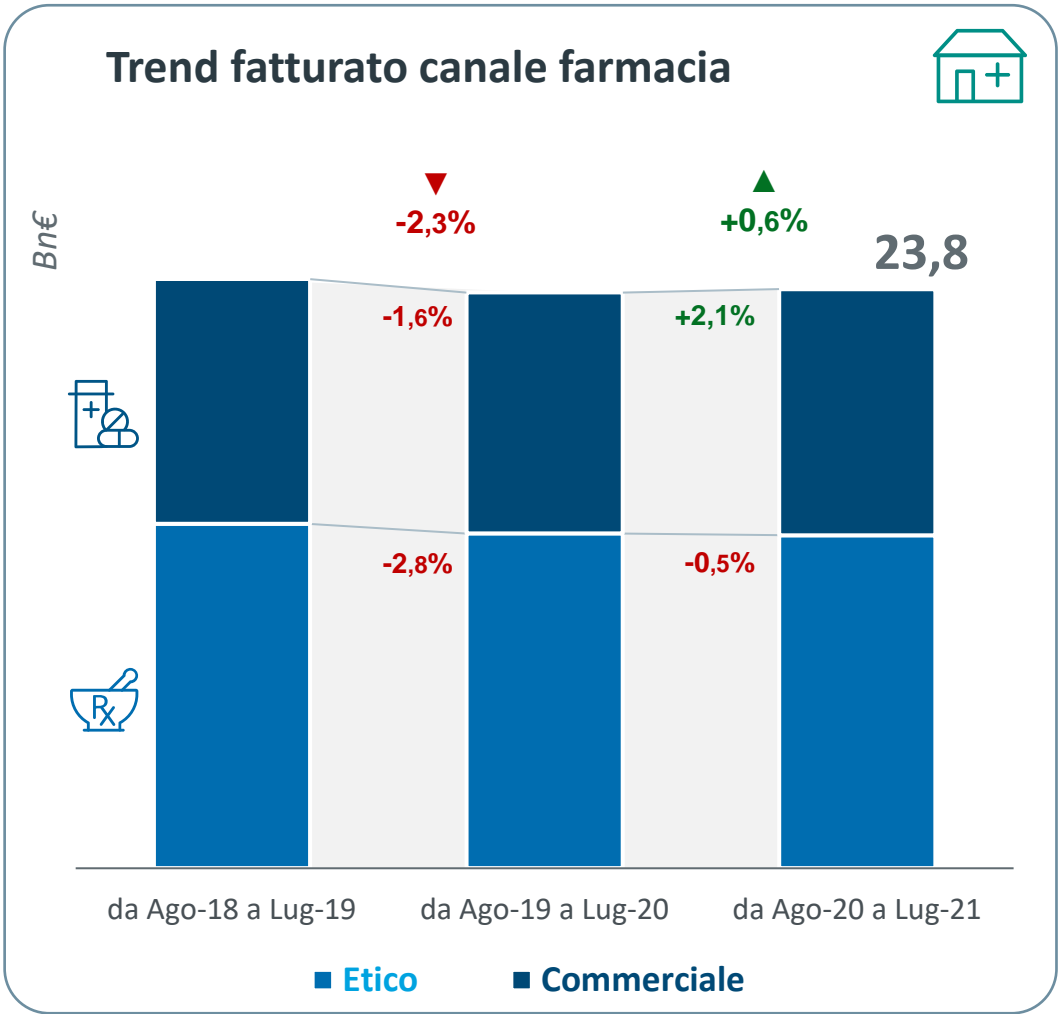
Retail Offering & Operations

Physical Digital



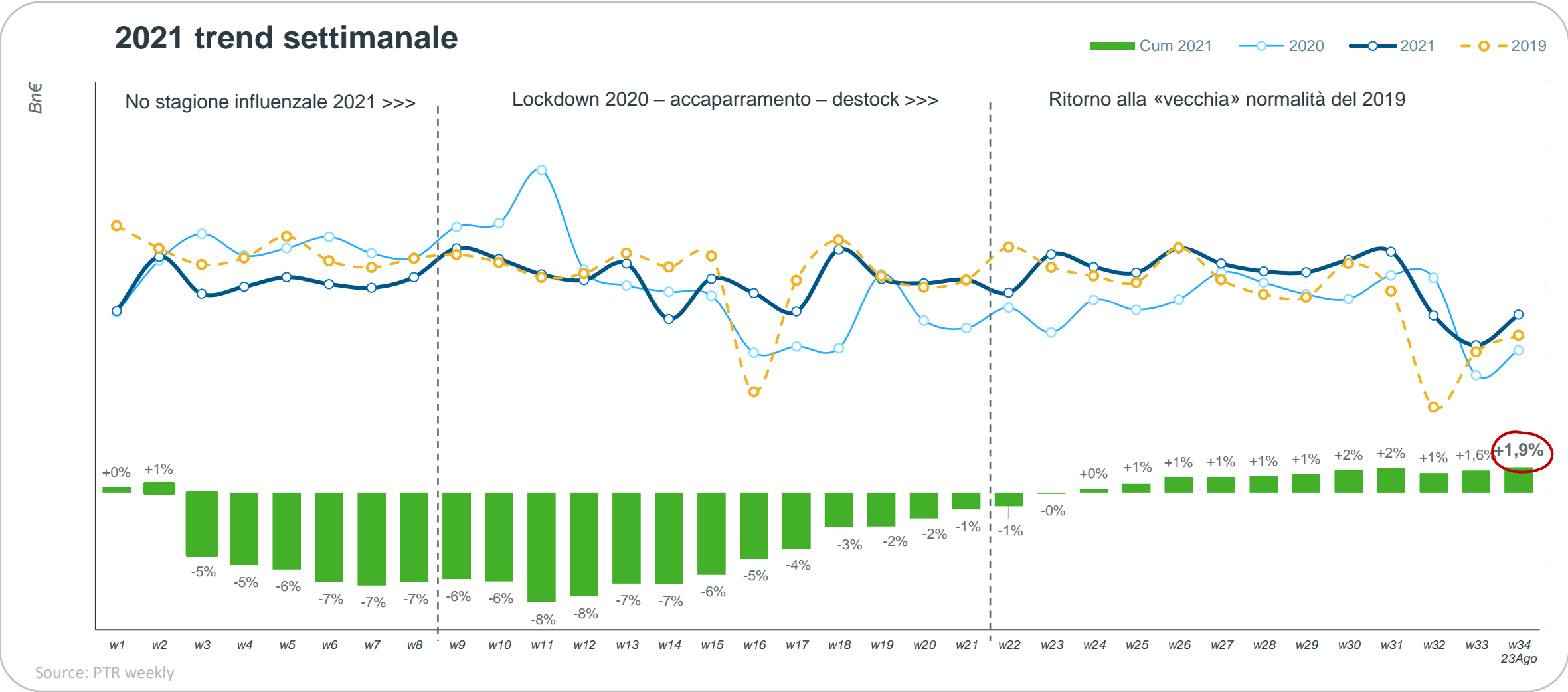
Fatturato del mercato nel canale farmacia offline

La crescita è guidata da integratori e dispositivi, superando lo stesso periodo dell'anno precedente



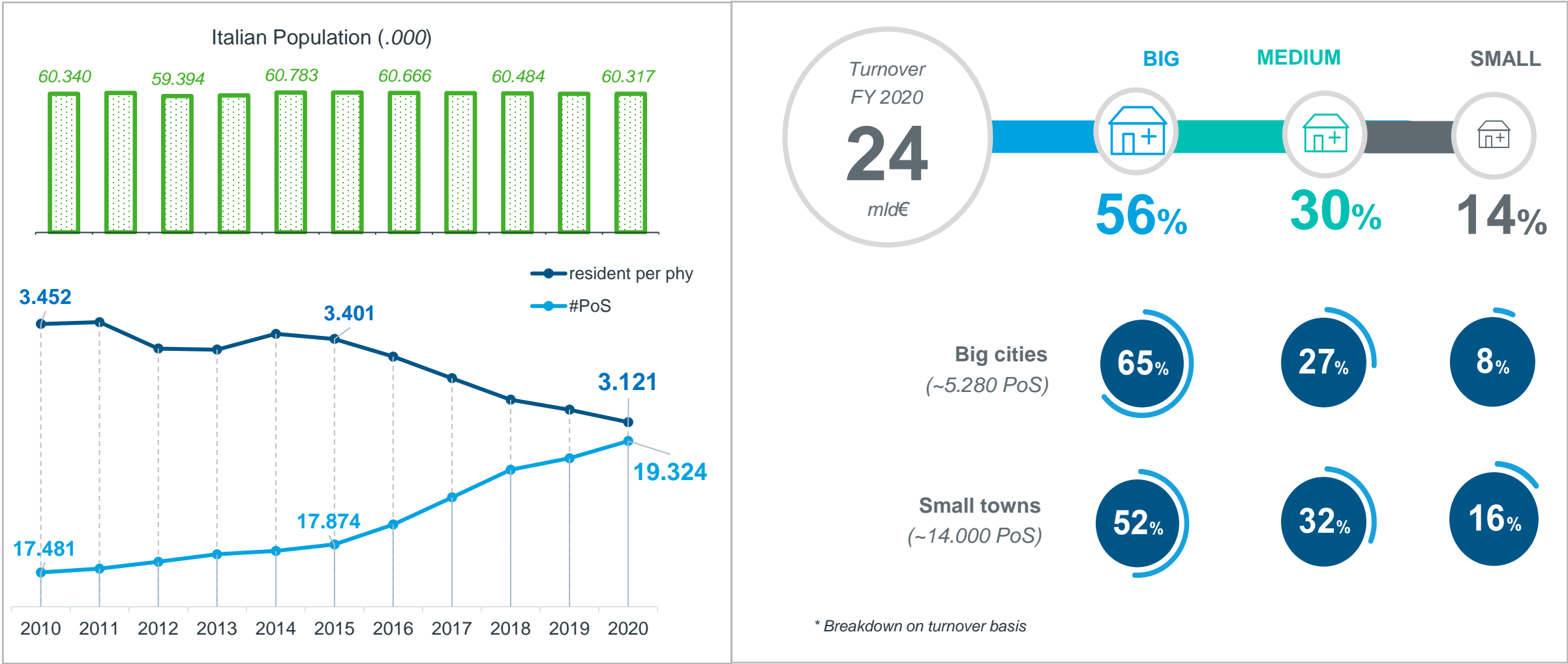
Dopo 34 settimane, il mercato mostra un segno positivo rispetto al 2020, recuperando un negativo inizio anno per assenza della stagione influenzale

Il trend è in forte crescita sia rispetto al 2020 (+1,9%) e in linea con lo stesso periodo del 2019




How pharmacies reacted

One third of pharmacies has 56% of market share in value, in big cities up to 65%




...gli altri numeri del mercato in farmacia


Aumenta la competizione per la farmacia: nuove aperture, crescita del canale online, catene


1.299  **Esercizi autorizzati alla vendita online**
I **Top15** concentrano oltre il 60% del fatturato

3.060  **Potenziali clienti per farmacia**
-10% rispetto al 2015

4.110  **Parafarmacie**
840 mln€ ma le continue aperture e chiusure rendono instabile il canale

€ 26,9  **Valore medio dello scontrino**
+3,2% nel confronto degli ultimi 12 mesi mobili da Luglio 2021

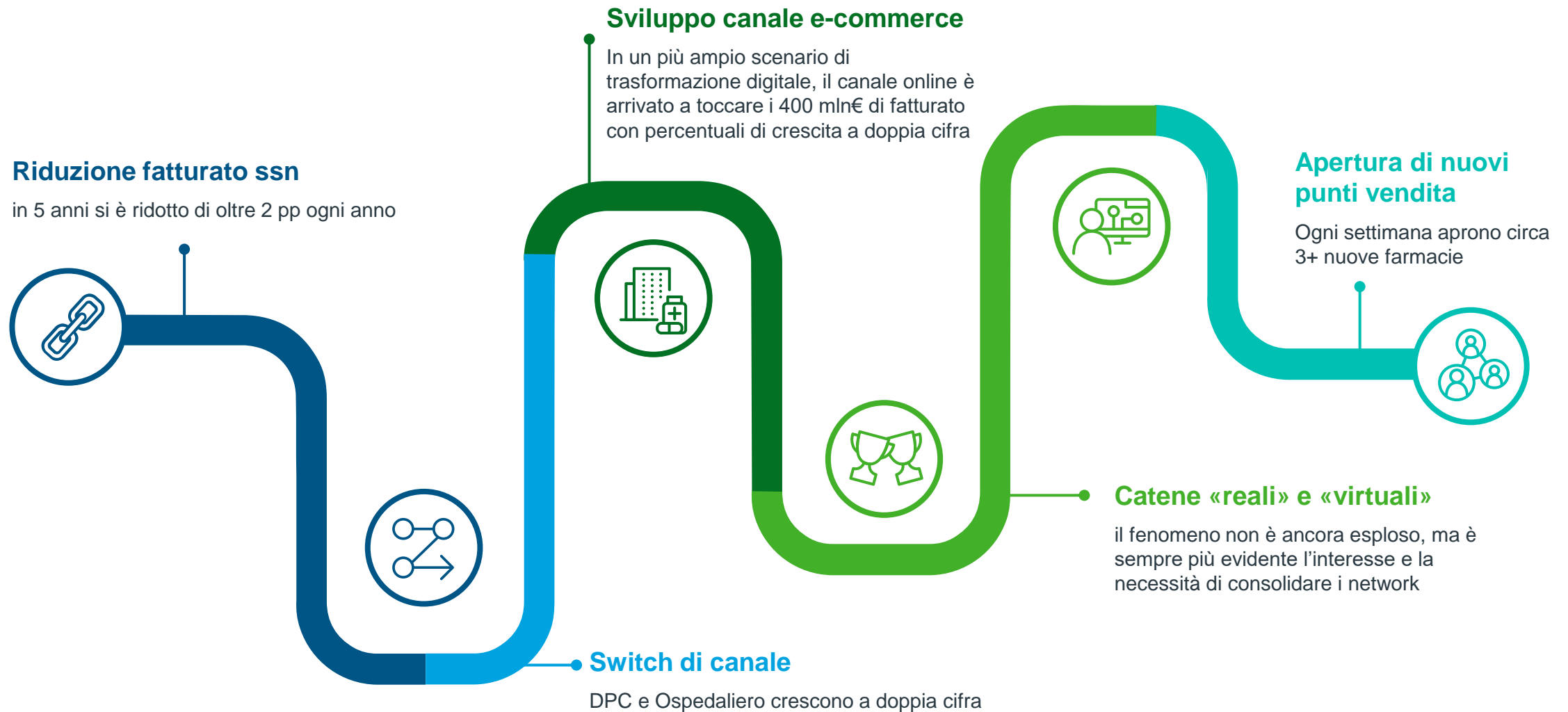
2.900  **Farmacie in catena**
Il **15%** delle farmacie sono associate in catena reale o virtuali strong, ma la copertura è del **17%**

145  **Numero medio scontrini giornalieri**
-3,1% nel confronto degli ultimi 12 mesi mobili da Luglio 2021

Source: IQVIA analysis Jul-21

I fattori competitivi del canale farmacia

Spunti di riflessione



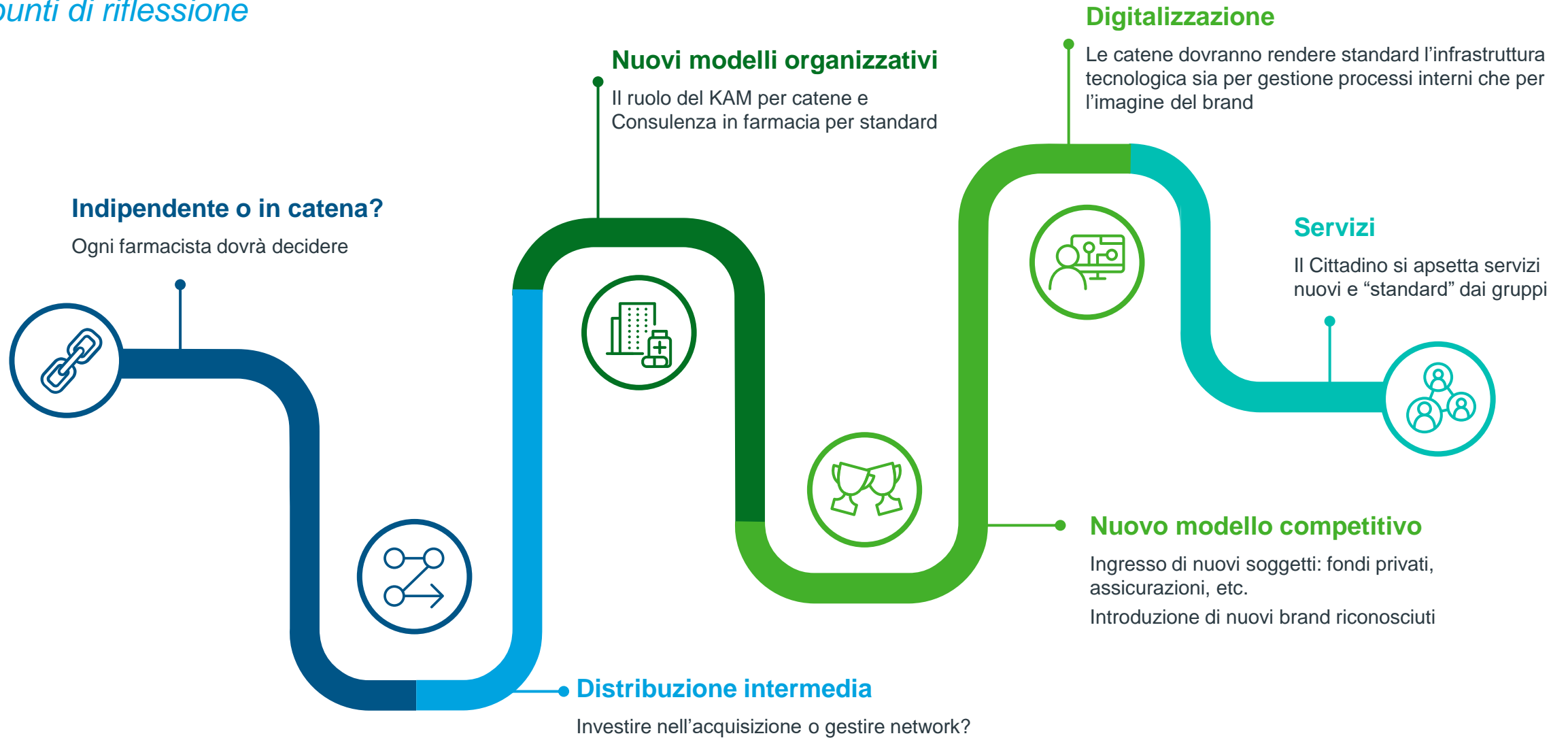


Le catene di farmacie



Opportunità o minaccia?

Spunti di riflessione





Digitalization & e-Commerce

Reazioni nel retail sollecitate dalla pandemia

I consumatori hanno cambiato abitudini

Starbucks chiude 400 negozi



Meno store tradizionali e più punti dedicati solo al delivery e all'asporto: la grande catena di caffetterie sta per cambiare tutto

Amazon is opening a hair salon in London



Amazon is launching its first high-tech hair salon, as the online retailer makes a surprise move into the beauty sector.

Coronavirus, Zara chiude 1200 negozi e scommette sull'e-commerce

Dopo una perdita di 409 milioni di euro nel primo trimestre, ora il colosso spagnolo dell'abbigliamento investe un miliardo sugli store online. E Starbucks cancella 400 locali in Usa e Canada



Colori e graphic design



per la catena svedese Vardapoteket

La notizia non è la chiusura dei punti vendita, ma il cambio di strategia correlato al **cambio di abitudine dei consumatori** a seguito della pandemia e la **rivoluzione digitale** che il Covid ha accelerato

Anche in Italia la pandemia sarà un acceleratore della digitalizzazione?

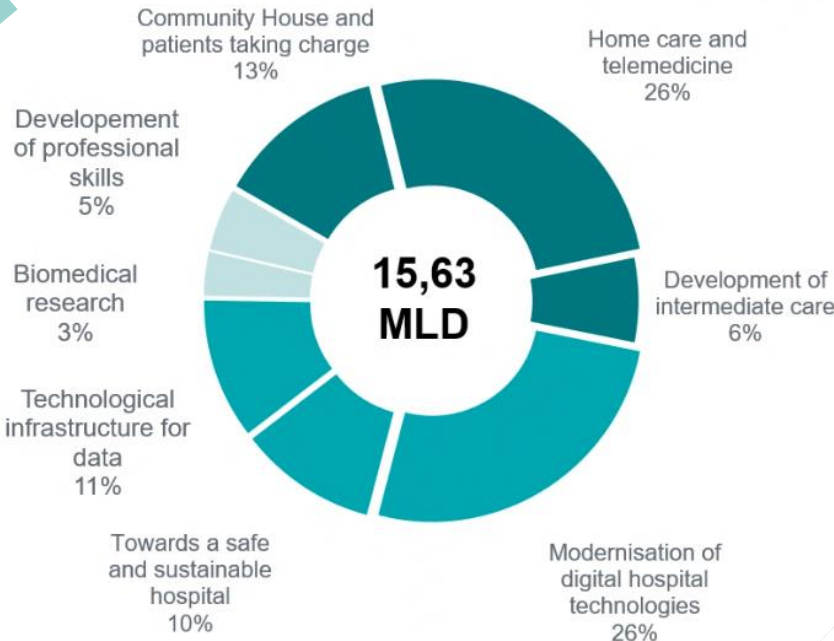
Le 6 missioni del PNRR:

1. **Digitalizzazione, innovazione e competitività**
2. Rivoluzione verde e transizione ecologica
3. Infrastrutture per la mobilità
4. Istruzione, formazione, ricerca e cultura
5. Equità sociale, di genere e territoriale
6. Salute

Sanità digitale, prima gara Consip da 600 mln:

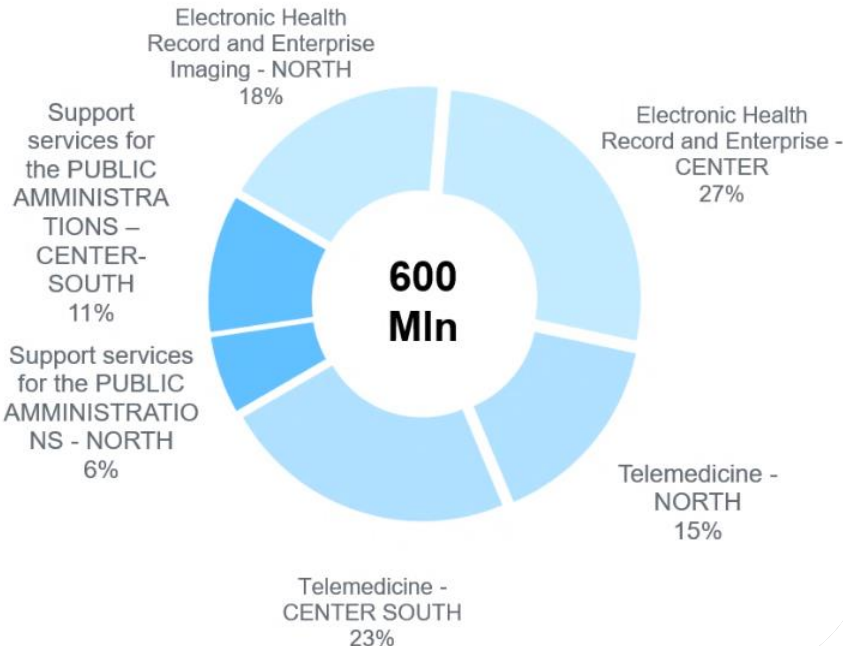
1. Fascicolo sanitario
2. Telemedicina
3. Supporto alla Pubblica Amministrazione

Funding Health Mission PNRR [MLD Euro]



Fonte: PNRR al 27/04/2021

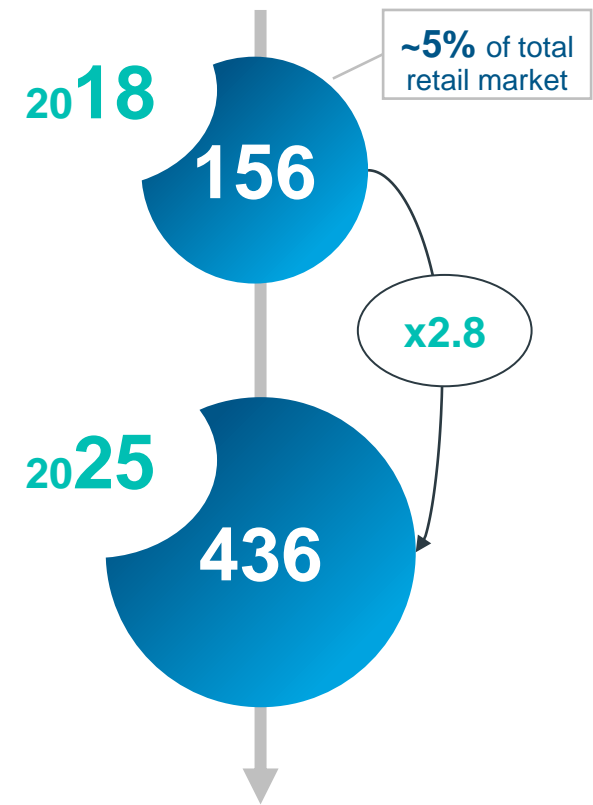
Digital Health Tender [Euro Mln]



Fonte: CONSIP site al 11/06/2021

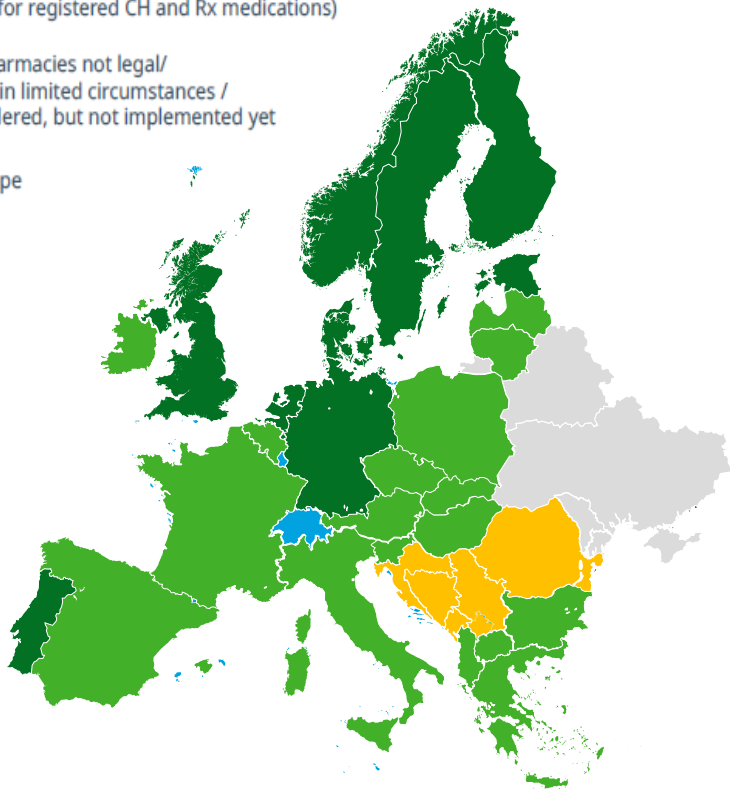
Scenario globale

Global healthcare e-commerce market size [bn USD]

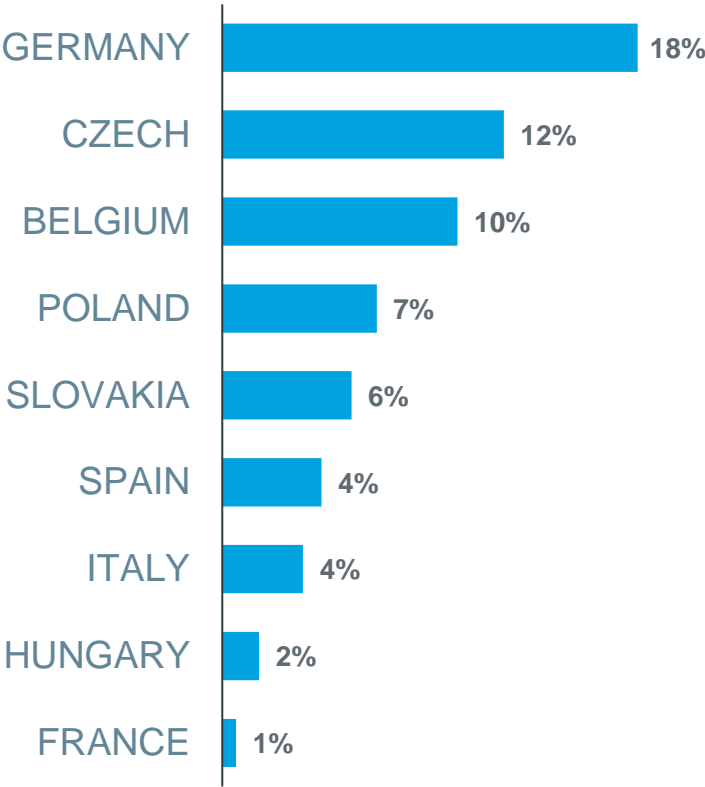


Legislation

- Legal purchase of both Rx and CH products
- Legal sales of CH products only (registered/non registered)
- Legal only for food supplements and medical devices (not legal for registered CH and Rx medications)
- Online pharmacies not legal/ legal only in limited circumstances / still considered, but not implemented yet
- Out of scope

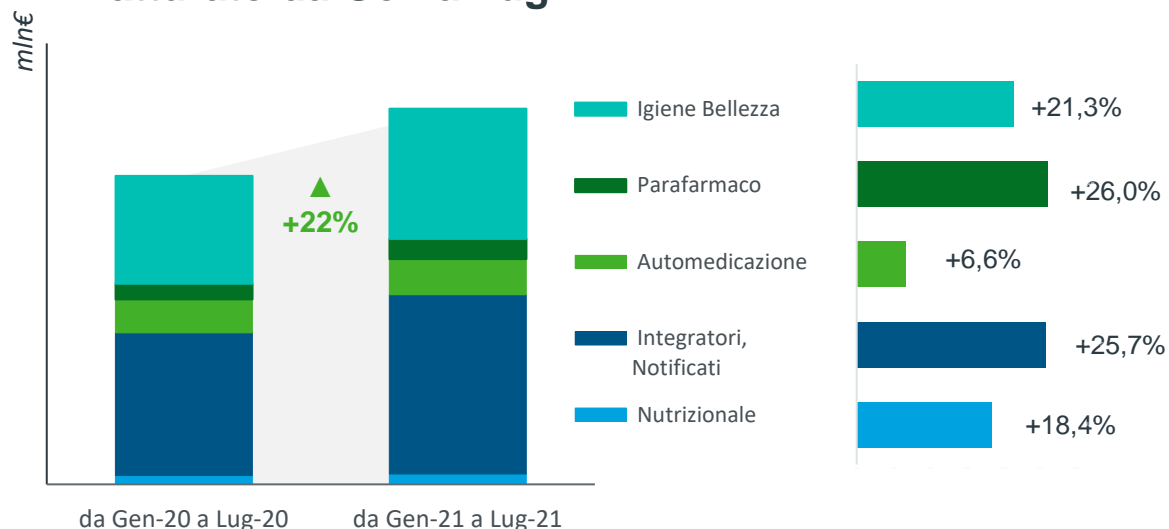


e-com share of CH market 2020



Il canale online è ormai una realtà consolidata che continua a crescere, anche nel post-pandemia

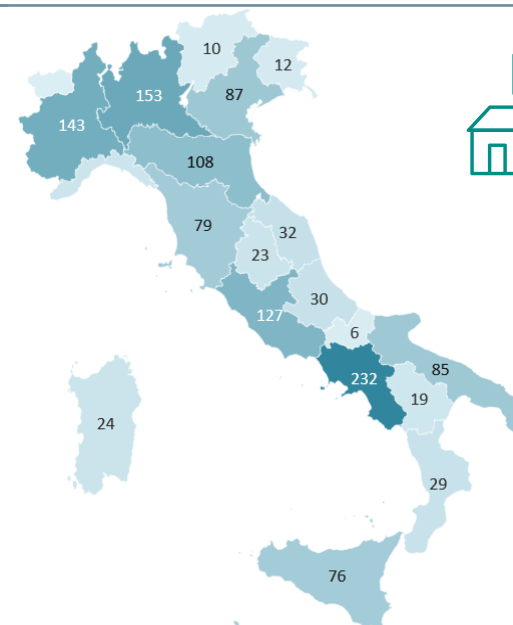
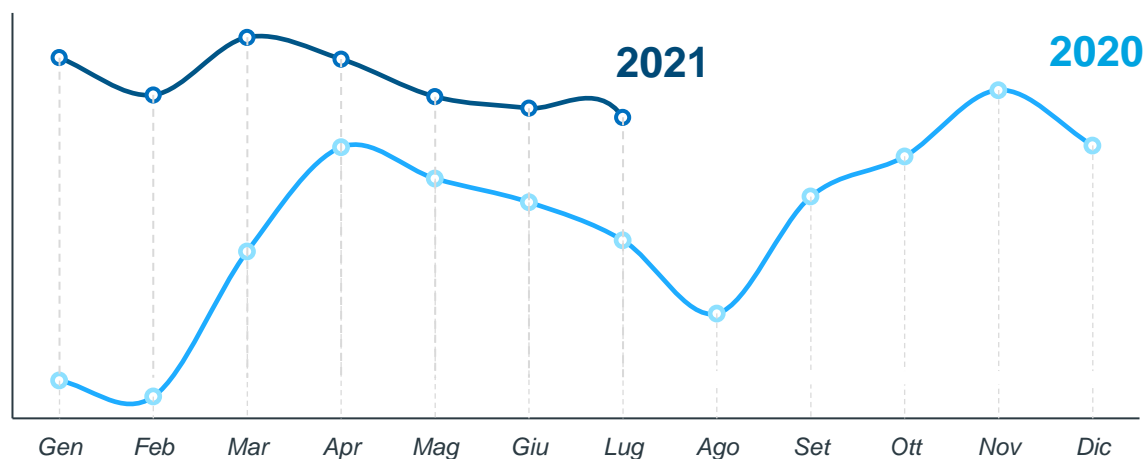
Fatturato da Gen a Lug



Principali contributi alla crescita sono:

- 27%** prodotti di bellezza femminile e unisex
- 13%** vitamine e minerali
- 8%** prodotti per apparato digerente

Confronto mensile



1.299

Esercizi autorizzati

I Top15 concentrano oltre il 60% del fatturato

Lo sconto nel canale online è stabile e in media pari al 25%

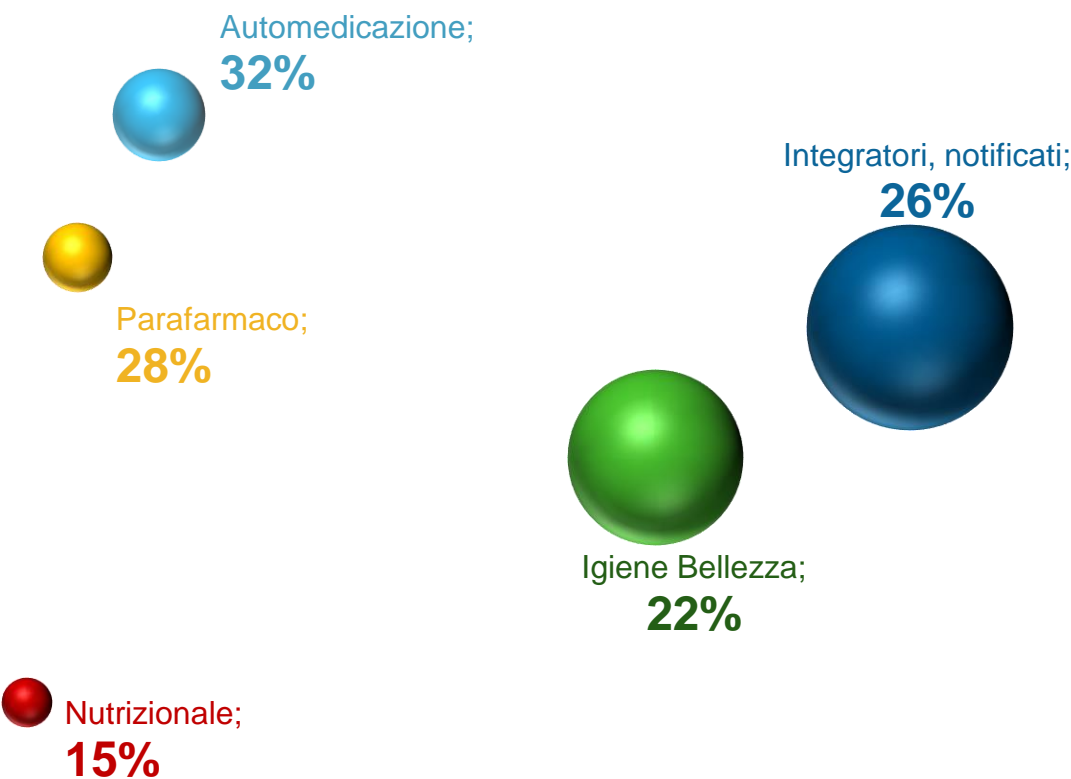
Le Top10 corporation crescono nel canale



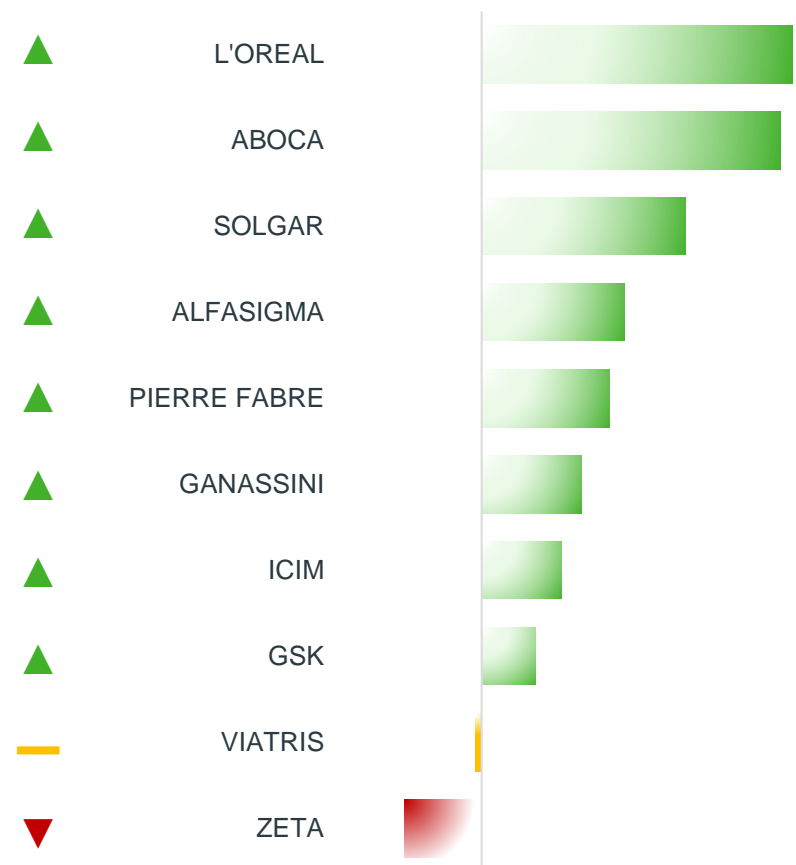
25% sconto medio del canale online

Sconto medio online vs offline per categoria

Gen21 - Lug21



La coverage delle Top10 corporation è il 24% del fatturato di canale





Consumatore ibrido

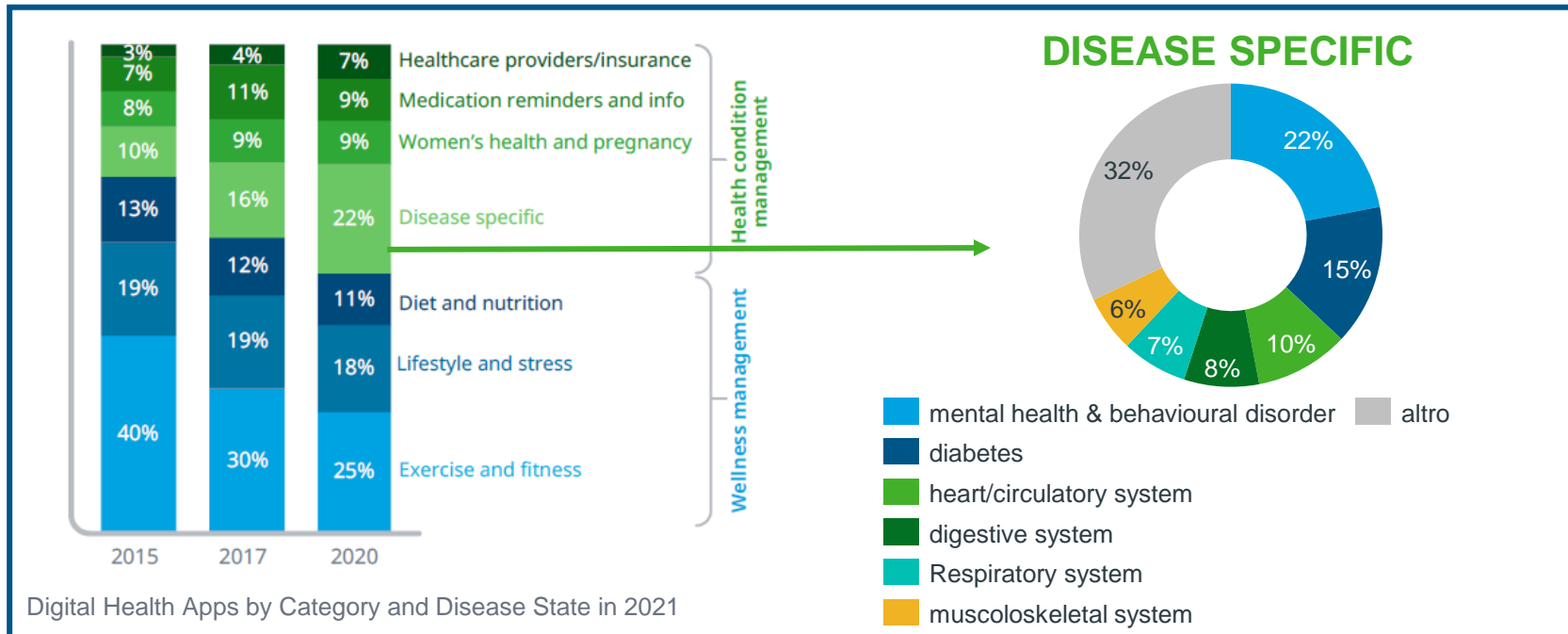
DIGITAL HEALTH ...nel mondo

Cresce l'utilizzo di app per la gestione della salute

APP disponibili oggi
Più di 350.000 APP di salute e fitness o mediche disponibili 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.

Dal 2016, la percentuale di **trial clinici** che utilizzano connected medical device sono **raddoppiate e sono oggi all' 8%**, con il 10% degli studi di Fase II e III

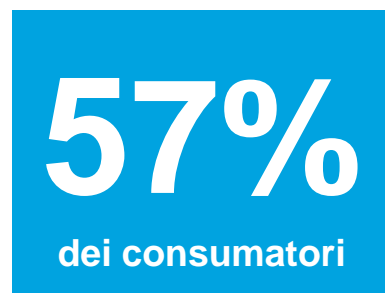
Il consumatore ibrido - *In Italia...*



Utilizzano app per il proprio benessere



Cercano attivamente informazioni sulla propria salute



Cerca informazioni anche sul web

Siti e portali per la ricerca di informazioni



36%

siti generali di
informazione sulla
salute

MyPersonalTrainer 46%

Salute 25%

Medicitalia 14%

Star bene 11%

**Fondazione Umberto
Veronesi 8%**

Dottori.it 7%

Medicina.it 7%

SaluteGov 5%

Ministero della Salute 5%

SITI maggiormente citati spontaneamente (>5%)

22%

siti di ospedali/
centri di cura

Humanitas 42%

Gruppo San Donato 5%

Policlinico Gemelli 5%

Policlinico Umberto I 5%

15%

siti dedicati a
specifiche patologie

Diabete.it 19%

Cistiteinfo 6%

Endometriosi 6%

8%

Legge/partecipa a
forum/blog

Forum AI femminile 38%

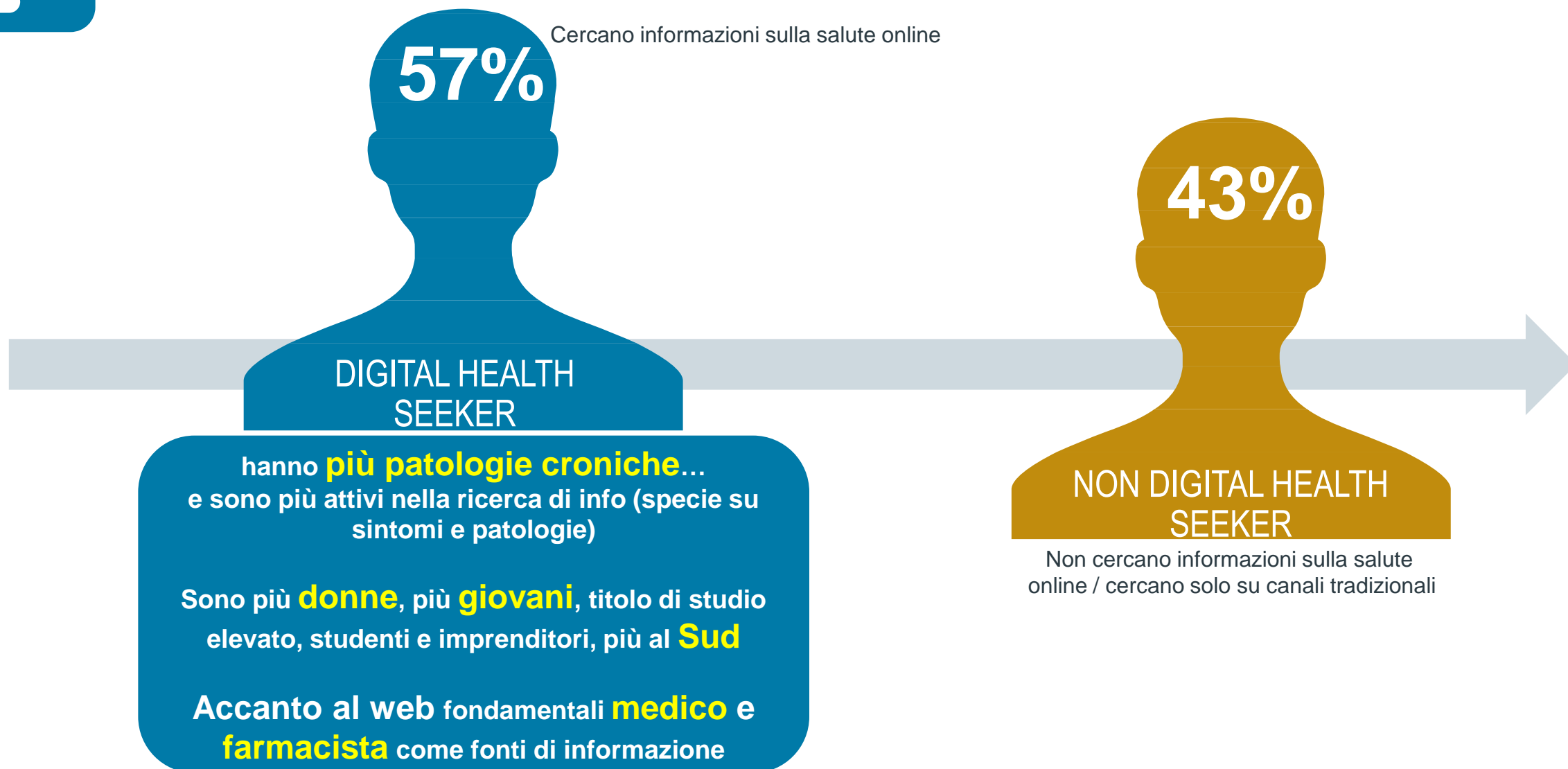
Salute digitale 13%

Forum Salute 12%

Carenity 6%



Gli italiani e la ricerca di informazioni sulla salute



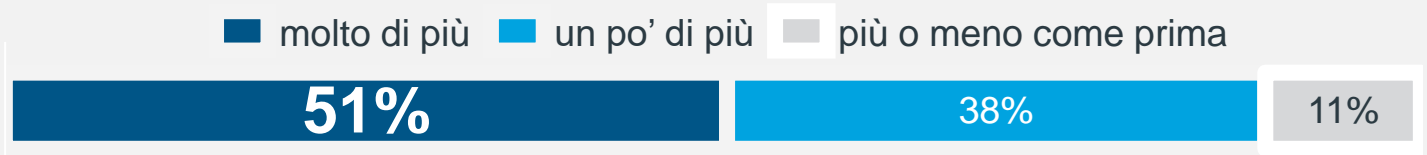


e la farmacia ?

Farmacisti in campo



Richiesta di indicazioni/consigli al farmacista generalmente gestite dall'MMG

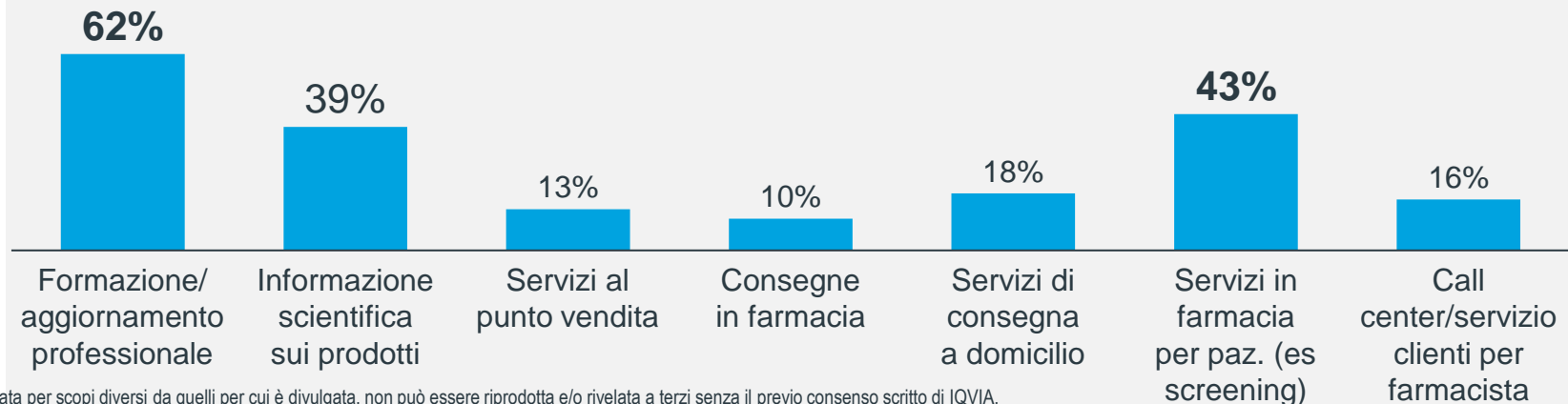


Con una maggiore evidenza nel sud Italia

70%
dei farmacisti

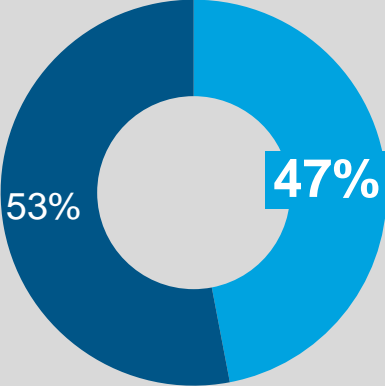
Ritiene che in futuro avrà un ruolo sempre più ampio e centrale nella prevenzione e nel follow up dei pazienti cronici

Iniziative/servizi attesi per il futuro



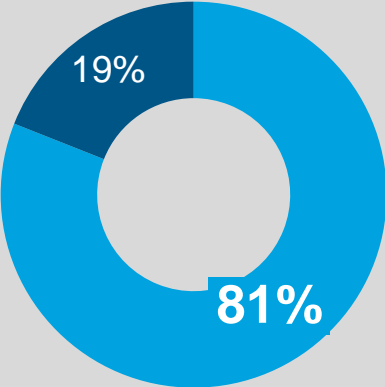
Farmacie digital

hanno un sito web



Giornate informative	64%
offerte /promozioni	57%
Vendita prodotti cosmetici	27%
Vendita integratori	24%
Vendita farmaci OTC /da banco	14%
Prenotazione farmaci	14%
Prenotazione test diagnostici	9%
Prenotazione test allergie	9%
Prenotazione farmaci con consegna a domicilio	4%

comunicano tramite social



Promozioni /scontistica	96%
Promuove i servizi in farmacia	92%
Veicola informazioni di servizio: orari /contatti /ubicazione	87%
Promuove eventi educazionali/informativi	75%
Promuove incontri con specialisti	65%
Family card	42%

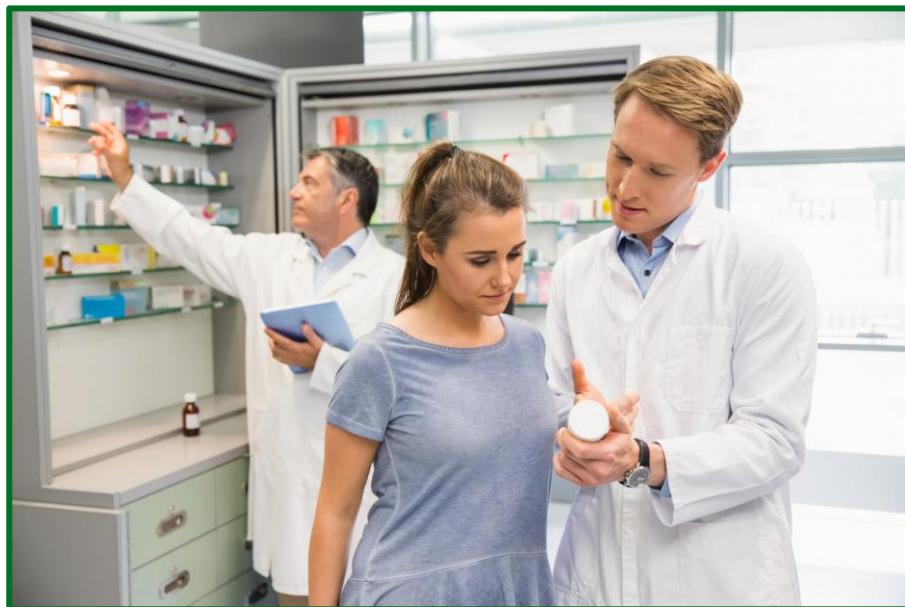
Fondamentale recuperare il ruolo della farmacia come luogo di experience e counseling esperto



LA FARMACIA è luogo di counseling esperto

... ed è luogo di experience

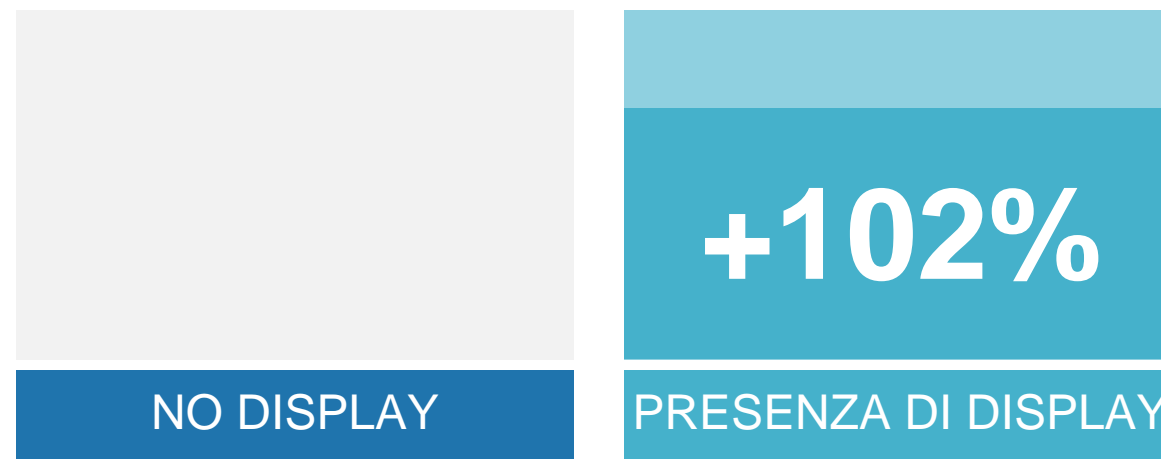
- ✓ contatto con il prodotto
- ✓ luogo di empowerment



Display



La gestione efficace degli spazi ha un significativo impatto sulla vendita



Alto impatto nell'incremento delle vendite se presente un display

Take home messages



1. La **pandemia ha accelerato il processo di digitalizzazione** (6 persone su 10 cercano informazioni sulla salute sul web, e fra i Digital Health Seekers 1 su 2 acquista un prodotto per la salute sul web) ...ma la farmacia (e il farmacista) rimane un **luogo fondamentale di experience e di empowerment**

2. **La farmacia ha rafforzato il suo ruolo come riferimento di prossimità per il cittadino** in termini di servizi di salute, consulenza e comunicazione

3. Non senza difficoltà la farmacia **si sta attrezzando per offrire servizi sempre più articolati per la diagnosi, il monitoraggio delle condizioni di salute e la prevenzione** (dall'educazione, agli screening alla prenotazione degli esami, ruolo chiave nella campagna vaccinale)

4. **...muovendosi verso il cittadino anche attivando canali web e social media**

1 farmacista su 2 ha attivato un sito web, 8 su 10 un canale Social: per promuovere servizi, informazioni di educazione sulla salute, oltre che informazioni di tipo commerciale

5. Fondamentale **rafforzare l'esperienza positiva di «contatto» consumatore-prodotto-farmacia:**

- valorizzando lo spazio del punto vendita e il contatto fisico ...
- ...tutte le potenzialità degli strumenti digitali – App, video... per raccontare i prodotti e rimettere in contatto il consumatore con il prodotto





GRAZIE