

*A Focus Digital Health, l'evento promosso da Netcomm e AboutPharma, presentati gli ultimi trend sulla sanità digitale e sui comportamenti di consumo in ambito health & pharma.*

## **In Italia cresce l'e-commerce dei prodotti health & pharma: oltre 16 milioni di italiani acquistano online prodotti farmaceutici e della salute**

*La top 5 dei prodotti più acquistati è composta da vitamine, integratori e potenziatori per lo sport (44% degli acquisti); farmaci senza prescrizione (39,7%); prodotti naturali per la salute (37,9%); creme per la pelle e i muscoli (34,1%); accessori medici/ortopedici (28,9%).*

*Oltre alle prospettive di e-commerce, lo scenario digitale guida l'evoluzione dell'intero sistema della salute e ridisegna tutte le fasi del Patient Journey.*

**Grafici e immagini in alta definizione sono disponibili a [questo link](#) di iPressLIVE**

Milano, 2 ottobre 2019 - Sono oltre **16 milioni** gli italiani che acquistano online prodotti farmaceutici e della salute. Si stima che il mercato dei prodotti di questo settore acquistati online valga **794 milioni di euro**. A guidare le vendite sono le farmacie online (per il 49% degli acquisti), seguite dai negozi online generalisti (40%). L'e-commerce dei prodotti health & pharma è solo uno dei trend più interessanti che stanno guidando il ridisegno dell'intero ecosistema della salute grazie alle nuove prospettive create dal contesto digitale, come la **remotizzazione** dell'iter diagnostico e terapeutico, l'adozione dell'**intelligenza artificiale** nei processi di ricerca, le nuove abitudini legate alla **ricerca online di informazioni** sulla salute o l'utilizzo di **app** a favore dei corretti stili di vita.

La rilevanza di questi trend è stata confermata dalle ricerche condotte dagli esperti del settore sanitario e farmaceutico che si sono riuniti in un gruppo multidisciplinare avviato da Netcomm da due anni, le cui riflessioni ed evidenze sono state raccolte nel libro bianco "**Digital Health & Pharma e il nuovo Patient Journey**", presentato oggi in occasione della seconda edizione di **Focus Digital Health**, il convegno di riferimento promosso da **Netcomm** e **AboutPharma** dedicato alla trasformazione digitale nella sanità.

*"L'evoluzione digitale della sanità è una grande opportunità per efficientare i costi di sistema, migliorare le prestazioni e la qualità della salute, sia a livello individuale del singolo cittadino, sia a livello sociale. Secondo la visione di un panel di esperti di Netcomm, sarà il cambiamento dei comportamenti dei pazienti-consumatori stimolato*

*dal digitale il primo driver che spingerà a ridisegnare il settore e le filiere della sanità, seguito dalle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie”, commenta **Roberto Liscia, Presidente di Netcomm.** “L’e-commerce dei prodotti health & pharma cresce in modo rilevante e mostra una dinamicità maggiore rispetto ad altri comparti, in parte motivata dallo stato di sviluppo ancora iniziale di questo mercato, e in parte dal ruolo che il canale delle farmacie online ha iniziato a giocare, e che soprattutto potrà giocare in futuro per lo sviluppo dell’e-commerce health & pharma.”*

*“Seguiamo con grande attenzione l’evoluzione della digital health ormai da molti anni”, aggiunge **Giulio Zuanetti, Chairman di HPS – AboutPharma.** “Il tema del patient journey e di come gli strumenti di Digital Health possano rendere efficace e sostenibile l’offerta sanitaria si conferma centrale anche dall’osservatorio privilegiato dei nostri Digital Awards e siamo sicuri che il formato del Focus Digital Health di quest’anno, con le sessioni plenarie e i workshop di approfondimento, consentirà di “mettere a fuoco” i driver in grado di generare valore aggiunto: dalla prevenzione all’erogazione dell’assistenza.”*

## **Il Value Based Health Care Approach alla base della crescita del settore sanitario italiano.**

Secondo il gruppo di lavoro avviato da Netcomm per supportare lo sviluppo del sistema della salute in Italia, occorre adottare l’approccio della cosiddetta *Value Based Health Care*, superando l’attuale frammentazione del settore e riorganizzando il sistema in un’ottica integrata in cui i servizi per una determinata patologia o condizione vengono concentrati in strutture adeguate in grado di erogare assistenza ad alto valore. Questo approccio, inoltre, enfatizza la forte necessità di ristrutturare il sistema attorno ai bisogni dei pazienti e non alle specialità o alle tecnologie, focalizzandosi sui risultati di salute ottenuti piuttosto che sui volumi e sulla redditività dei servizi erogati. Gli esperti concordano nel riconoscere come una opportunità per i pazienti e i consumatori, quella di avere accesso a numerose informazioni online in tema di salute, in tutte le fasi della propria vita e del percorso terapeutico personale. Tuttavia, si tratta di un tema delicato che richiede un intervento di monitoraggio per tutelare gli utenti dalle *fake news*, garantendo l’accesso a informazioni puntuali e corrette.

## **Il cambiamento del Patient Journey e le nuove abitudini dei pazienti-consumatori.**

I cittadini italiani sono sempre più consapevoli delle possibilità offerte dal digitale nell’ambito della salute e a dimostrarlo sono i dati della ricerca di Netcomm sul comportamento dei consumatori che acquistano prodotti in ambito health & pharma. Sono oltre 16 milioni gli italiani che acquistano online prodotti di questa categoria merceologica, dove i più venduti sono vitamine, integratori e potenziatori per lo sport (44%), seguiti - in ordine - dai farmaci senza obbligo di prescrizione medica (39,7%), i prodotti naturali per la salute (37,9%), le creme per la pelle e i muscoli (34,1%) e gli accessori medici e ortopedici (28,9%); in fondo alla classifica si trovano poi i prodotti per la medicazione (28,8%), quelli di ottica e oculistica (22,7%) e quelli omeopatici (22%).

**I driver di acquisto online dei prodotti farmaceutici e della salute.** Nell’acquistare online un prodotto health & pharma i consumatori italiani prestano attenzione in primis agli elementi legati alla sfera della fiducia. Sicurezza e affidabilità

sono infatti le caratteristiche prioritarie per una eccellente esperienza di acquisto online, prima di convenienza e velocità, di solito al primo posto per i consumatori online di altre categorie merceologiche. Il canale fisico per acquistare farmaci è ancora quello privilegiato dalla maggior parte della popolazione; tuttavia, l'uso degli strumenti digitali fra i cittadini italiani è un trend in aumento, soprattutto nelle fasce più giovani della popolazione. I principali canali che orientano le scelte dei consumatori sono i ranking dei motori di ricerca (15%), le recensioni e valutazioni di altre persone (10%) e il consiglio di un professionista sanitario (9%).

### **Gli inibitori all'acquisto online di prodotti farmaceutici e per la salute.**

La sfera della sicurezza risulta fondamentale anche considerando le scelte dei consumatori legati ai canali tradizionali. Secondo la ricerca di Netcomm, il primo inibitore all'acquisto online è legato al fatto che si preferisce farsi consigliare di persona da un professionista del settore, percependo una minore chiarezza dalle informazioni reperibili sul web. Anche l'abitudine e alcuni timori legati alla corrispondenza tra merce acquistata e recapitata e sull'integrità dei prodotti sono fattori che costituiscono un ostacolo verso la finalizzazione dell'acquisto online di farmaci.

### **L'evoluzione delle farmacie nei prossimi anni.**

Secondo gli esperti di Netcomm, la farmacia è e rimarrà un attore fondamentale dell'ecosistema della salute incrementando il suo ruolo di centro servizi e di prossimità per il paziente-cittadino grazie al digitale. Nuovi format, nuovi servizi e un nuovo ruolo delle farmacie si potrebbero sviluppare a seguito dell'adozione delle recenti tecnologie, così da poter offrire un miglior servizio e una migliore customer experience al consumatore-cittadino. Lo sviluppo di catene farmaceutiche rappresenta un ulteriore fenomeno che, secondo il gruppo di lavoro di Netcomm, potrebbe aumentare sia per numero che per dimensione delle realtà affiliate, grazie anche agli investimenti da parte di società di capitali che potrebbero diventare sempre più ingenti.

\*\*\*

#### **Netcomm**

[Netcomm](#), il Consorzio del Commercio Digitale Italiano, è il punto di riferimento in materia di e-commerce e retail digitale nel panorama nazionale e internazionale. Nato nel 2005, riunisce circa 400 aziende composte da società internazionali e piccole-medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo dell'e-commerce e dell'evoluzione digitale delle imprese, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori. Netcomm è tra i membri fondatori di Ecommerce Europe, l'Associazione Europea del Commercio Elettronico, e della Federazione del Digitale, la federazione per lo sviluppo del digitale in Italia.

#### **HPS**

[HPS](#) è un gruppo editoriale e di consulenza leader nel panorama sanitario, punto di riferimento nel mondo farmaceutico, dei dispositivi medici, delle biotecnologie e di tutte le aziende legate al mondo Life Science. È editore di AboutPharma and Medical Devices e AboutPharma Animal Health.

HPS realizza seminari, workshop, convegni e corsi di alta formazione con il brand [AboutAcademy](#).

Sviluppa strumenti e servizi editoriali per l'informazione, la comunicazione e l'educazione professionale in ambito scientifico, biomedico, HTA e market access. Dal 2013 è organizzatore degli AboutPharma Digital Awards, il più importante premio dedicato all'innovazione digitale in ambito healthcare.

#### **Ufficio stampa Netcomm**

Mirandola Comunicazione  
Marco Ferrario - Alessandra Fulgoni

[netcomm@mirandola.net](mailto:netcomm@mirandola.net)

[marco.ferrario@mirandola.net](mailto:marco.ferrario@mirandola.net) - [alessandra@mirandola.net](mailto:alessandra@mirandola.net)

320.7910162 - 349.4122999