



Barometro farmacie 2023

Cosmofarma

5 Maggio 2023

 **Doxapharma**
UN DELTA IN PIU'

 **BVA Doxa**



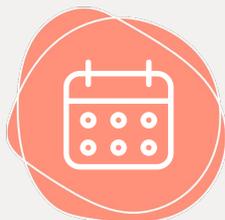
Metodologia



Interviste online (metodologia CAWI)

2000 clienti di farmacie

che si sono recati in farmacia almeno 2 volte negli ultimi 3 mesi



Periodo di rilevazione: Aprile 2023

Questionario della durata di circa 25 min.

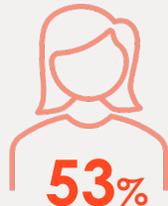
Il campione in dettaglio



GENERE



uomini

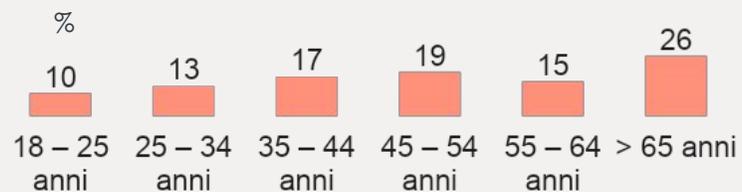


donne



ETÀ

Età media **50**



TITOLO DI STUDIO



LAUREA

34%



SCUOLA MEDIA SUPERIORE

53%

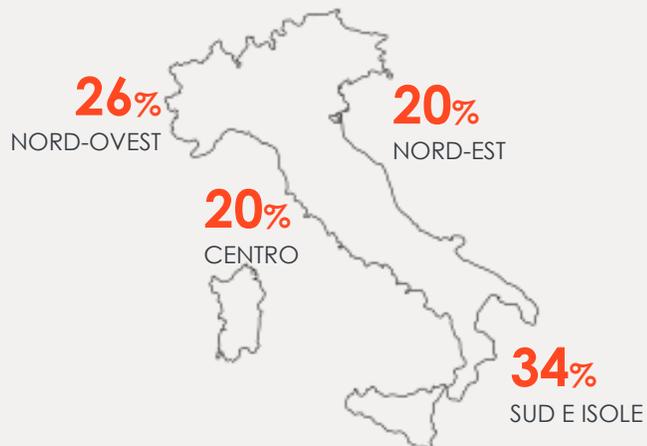


SCUOLA MEDIA INFERIORE/ELEM

13%



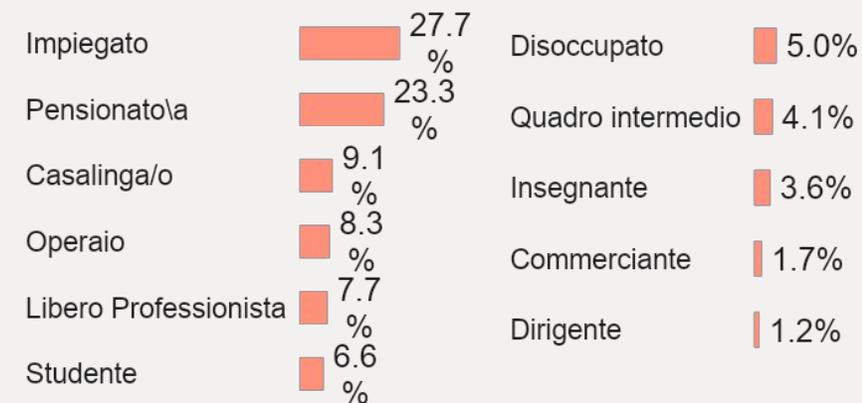
MACRO-AREA



AMPIEZZA CENTRO



PROFESSIONE



Base: n=2000 clienti

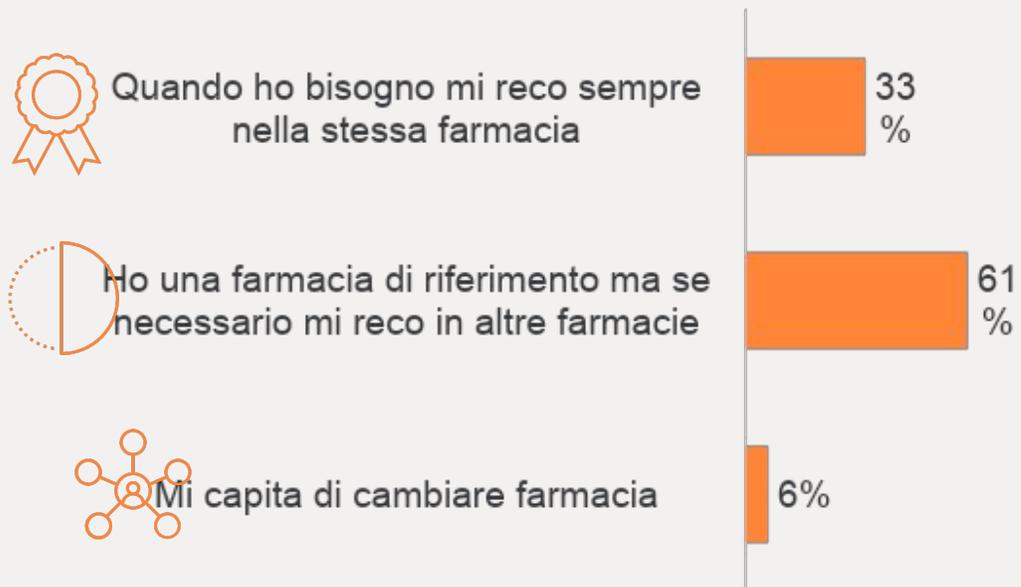
Indice





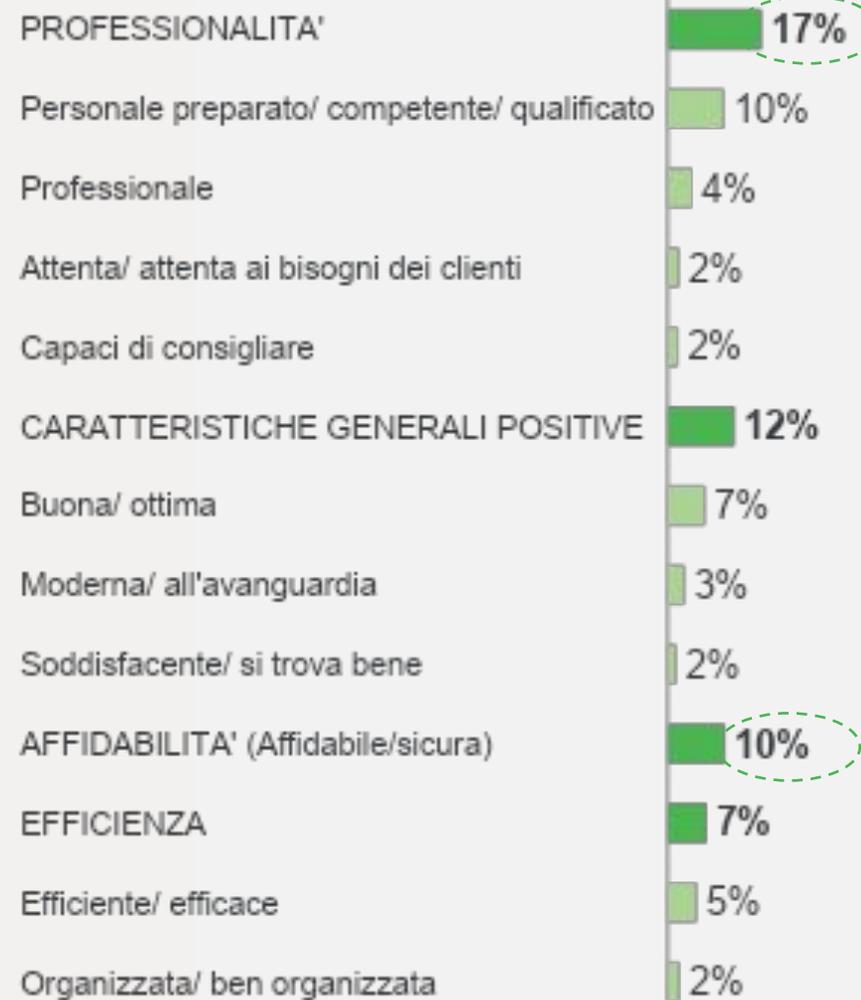
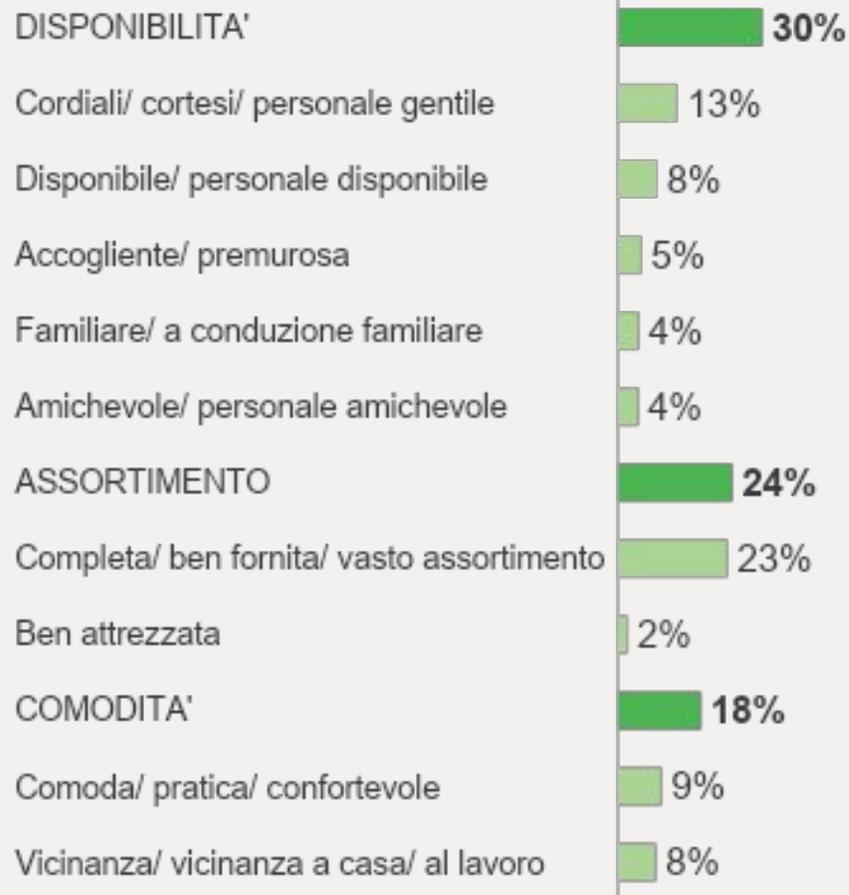
La scelta della farmacia

La farmacia di riferimento



Si nota una tendenza ad **articolare la scelta della farmacia** in caso di bisogni eterogenei (non solo in area prodotto)

La farmacia abituale in una frase

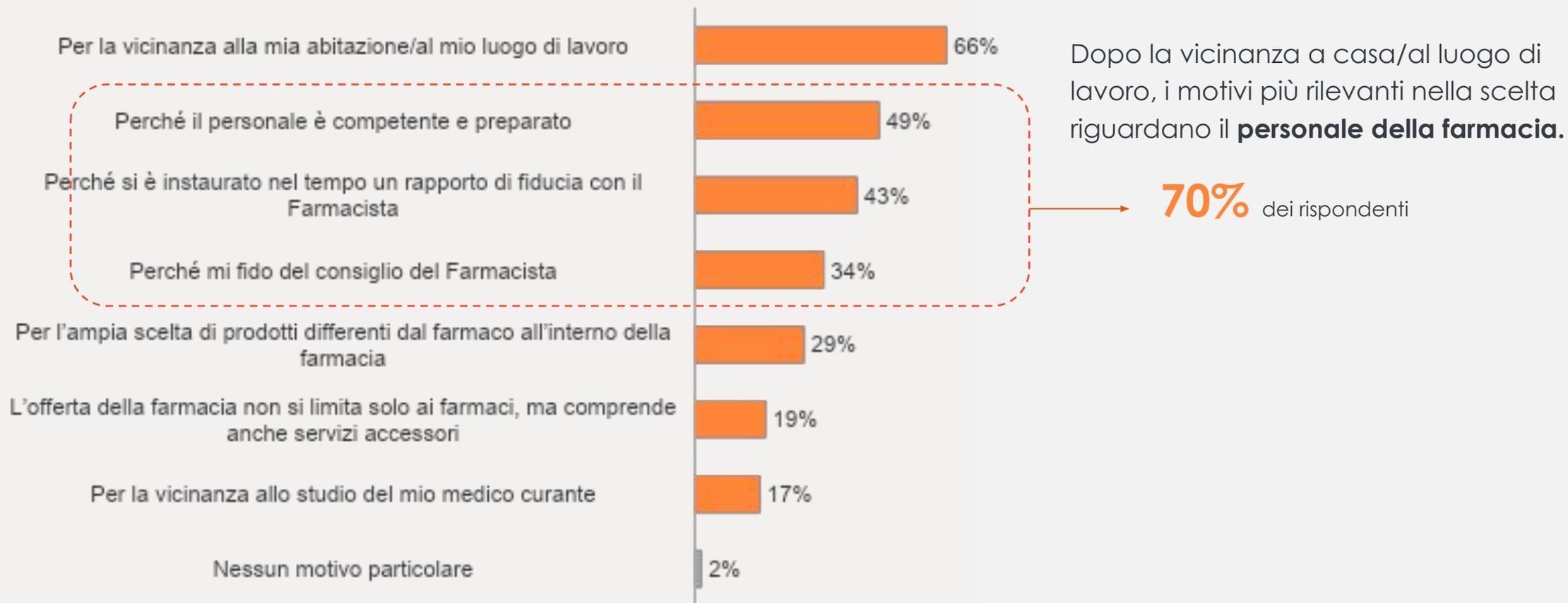


Base: 2000 clienti

D4. Come definirebbe la farmacia che frequenta abitualmente in una frase?

La scelta della farmacia

I motivi che guidano la scelta



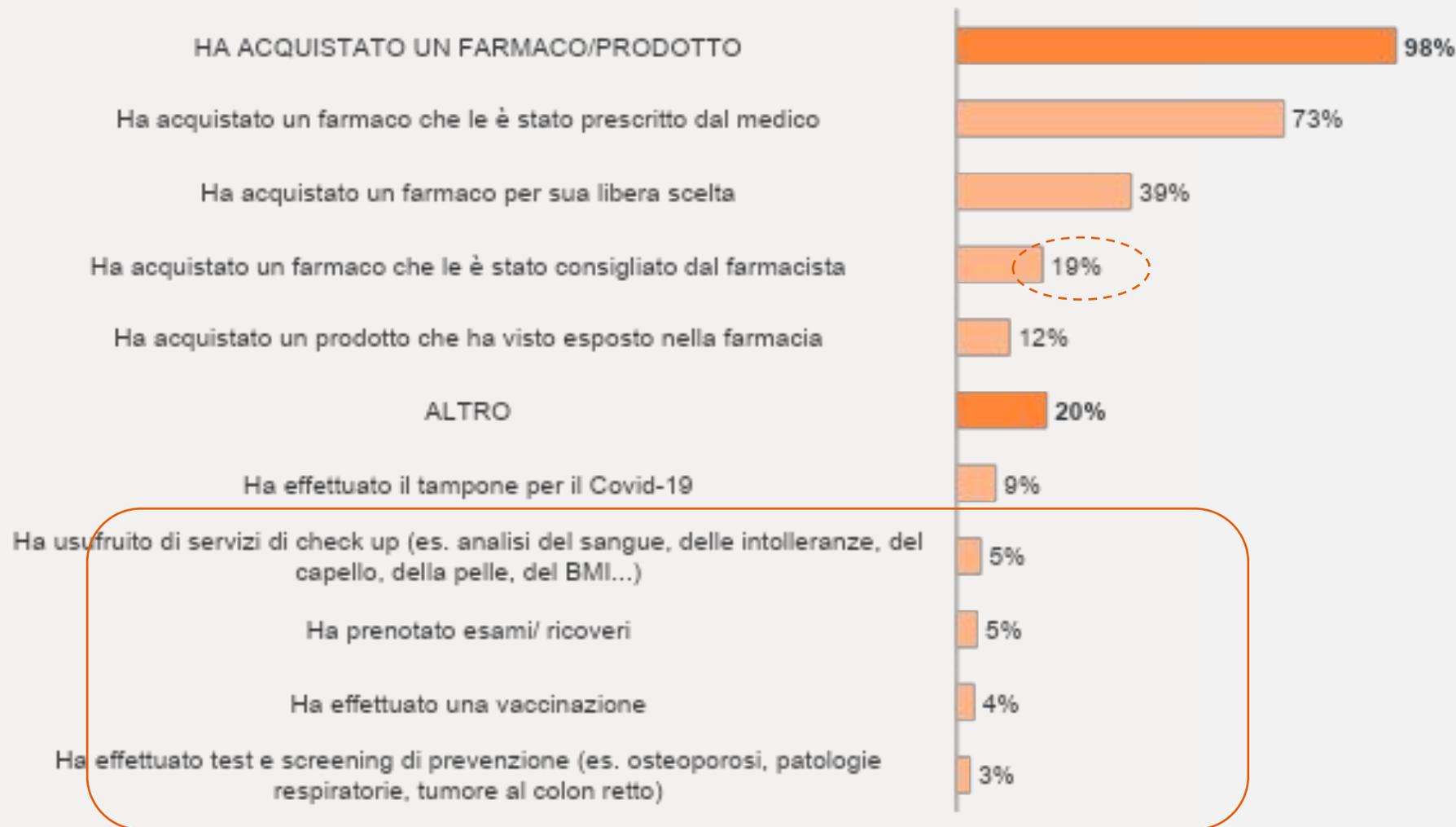
Gli elementi di differenziazione tra farmacia e altri punti vendita nel settore salute



Base: 2000 clienti

D7. Quali elementi, a suo avviso, differenziano la farmacia rispetto ad altri punti vendita specializzati nel settore della salute, come negozi di articoli sanitari o di prodotti per la cura della persona?

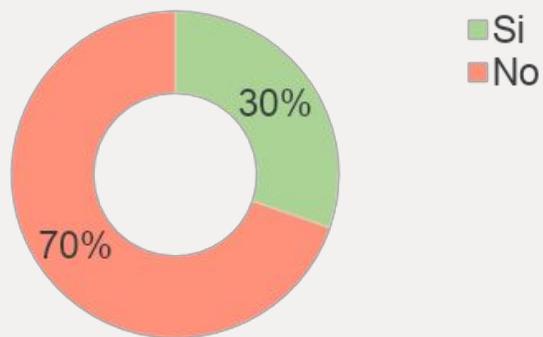
Il ricordo dell'ultima visita: le azioni compiute



Base: 2000 clienti

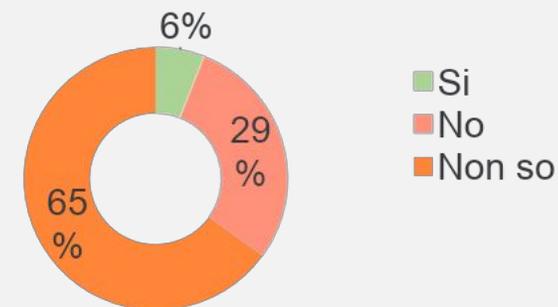
Il ricordo dell'ultima visita: l'azienda del prodotto acquistato

Ricorda l'azienda dell'ultimo prodotto acquistato in farmacia?



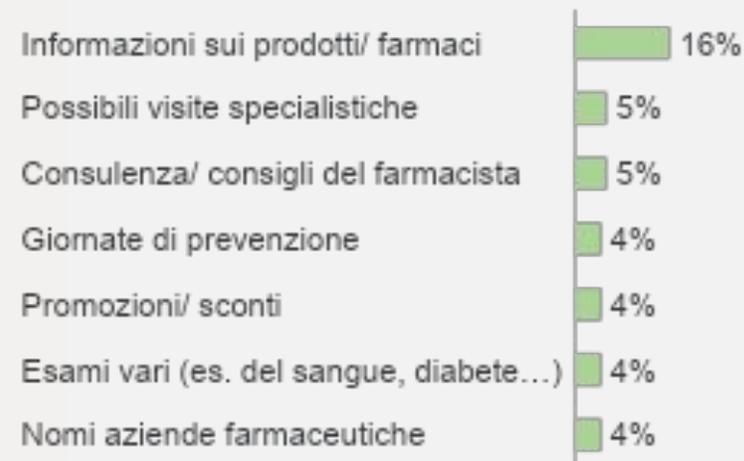
Base: 1950 clienti

Questa azienda propone attività di formazione e informazione in farmacia?



Base: 1950 clienti

Le attività più frequenti:



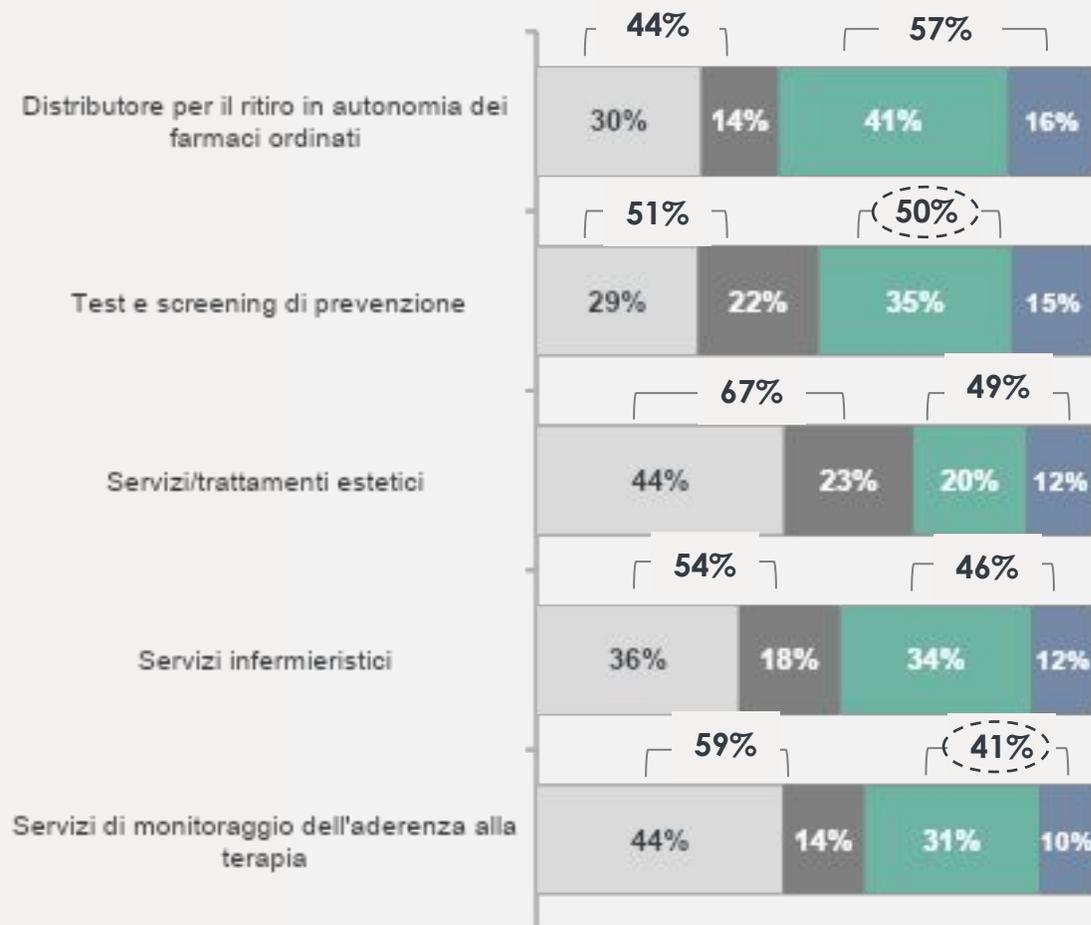
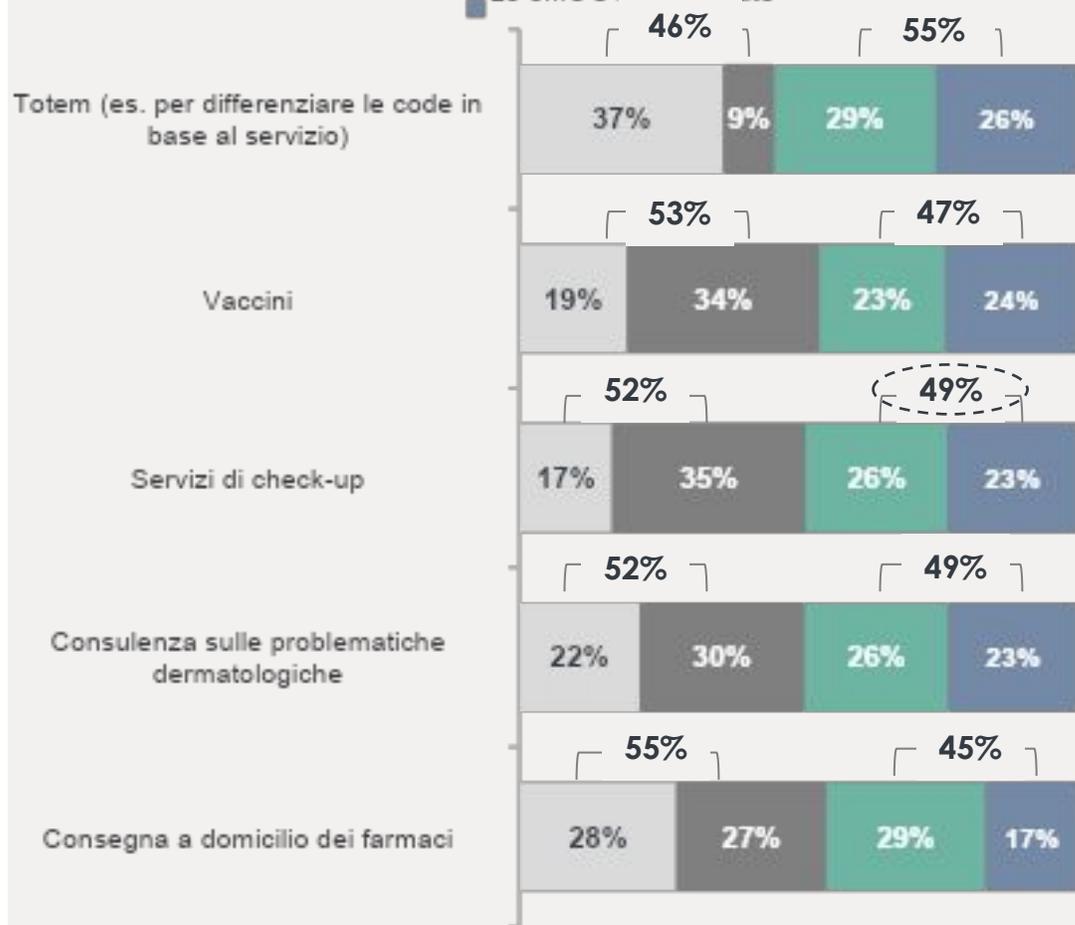
Base: 115 clienti

D11. Si ricorda l'azienda produttrice?

D12. Questa azienda propone servizi o attività di formazione/informazione in farmacia?

I servizi in farmacia: desideri e utilizzo (1/2)

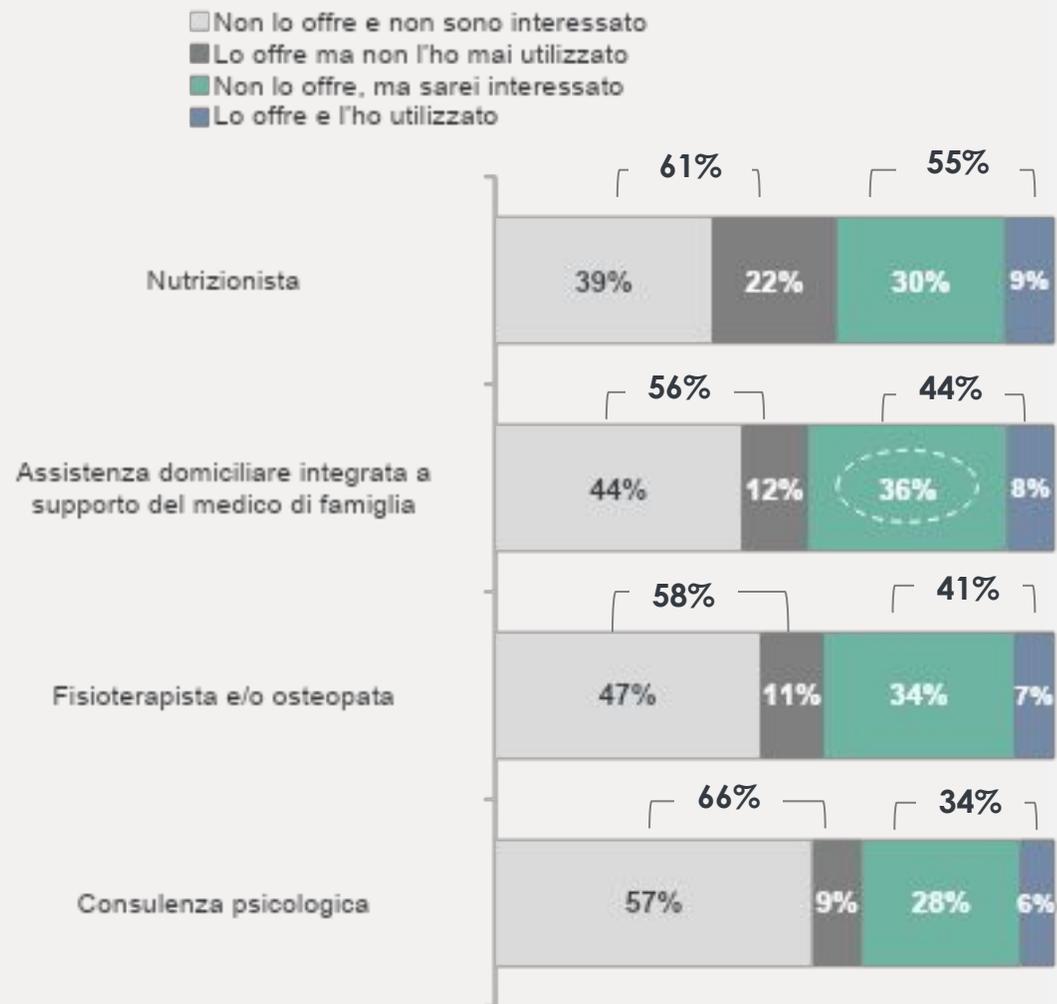
- Non lo offre e non sono interessato
- Lo offre ma non l'ho mai utilizzato
- Non lo offre, ma sarei interessato
- Lo offre e l'ho utilizzato



Base: 2000 clienti
Ordinato per «Lo offre e l'ho utilizzato»

D8. Quali dei seguenti servizi offre la sua farmacia di fiducia e a quali sarebbe interessato/a?

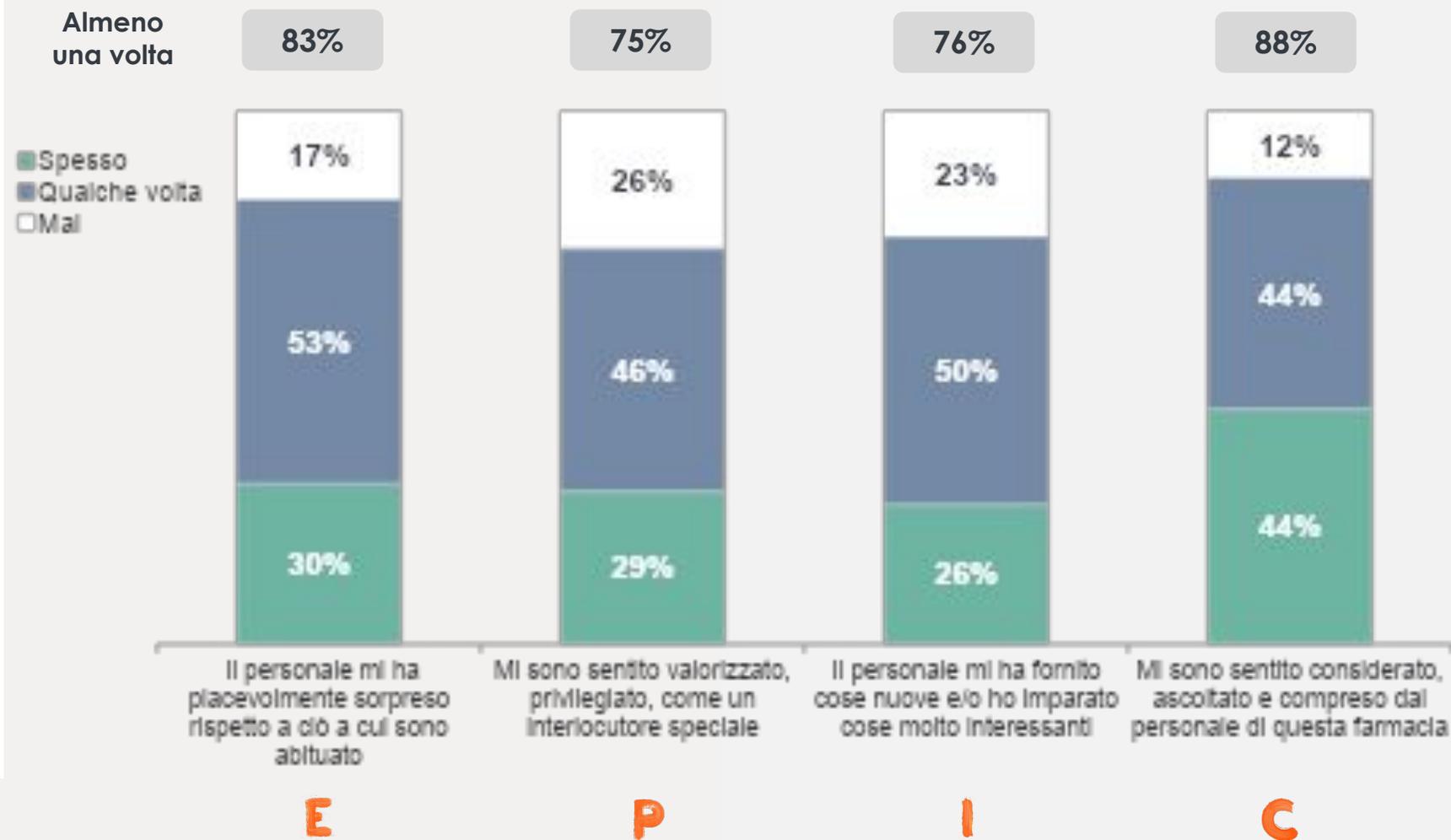
I servizi in farmacia: desideri e utilizzo (2/2)



D8. Quali dei seguenti servizi offre la sua farmacia di fiducia e a quali sarebbe interessato/a?

Base: 2000 clienti
Ordinato per «Lo offre e l'ho utilizzato»

EPIC: l'esperienza in farmacia

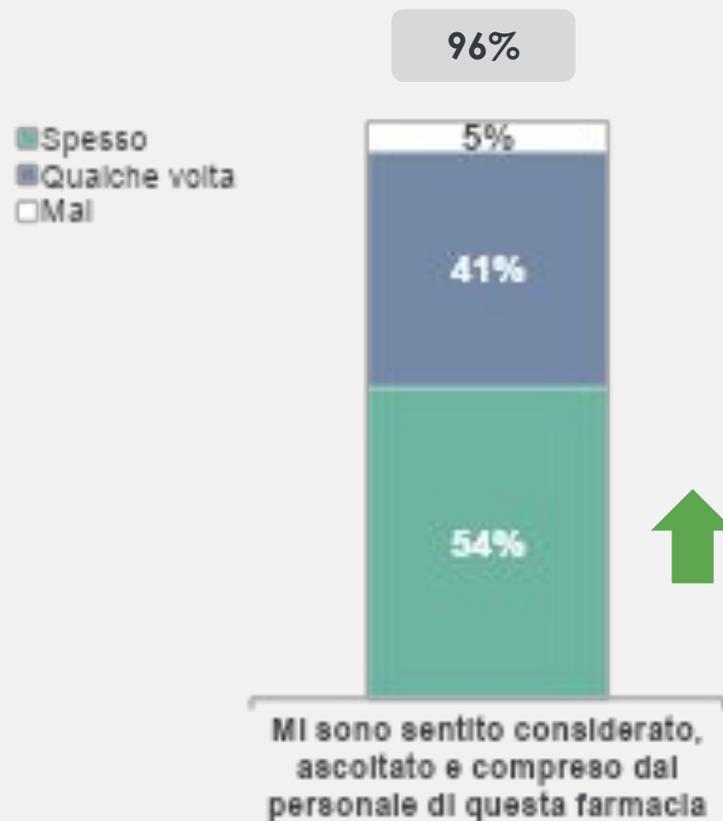


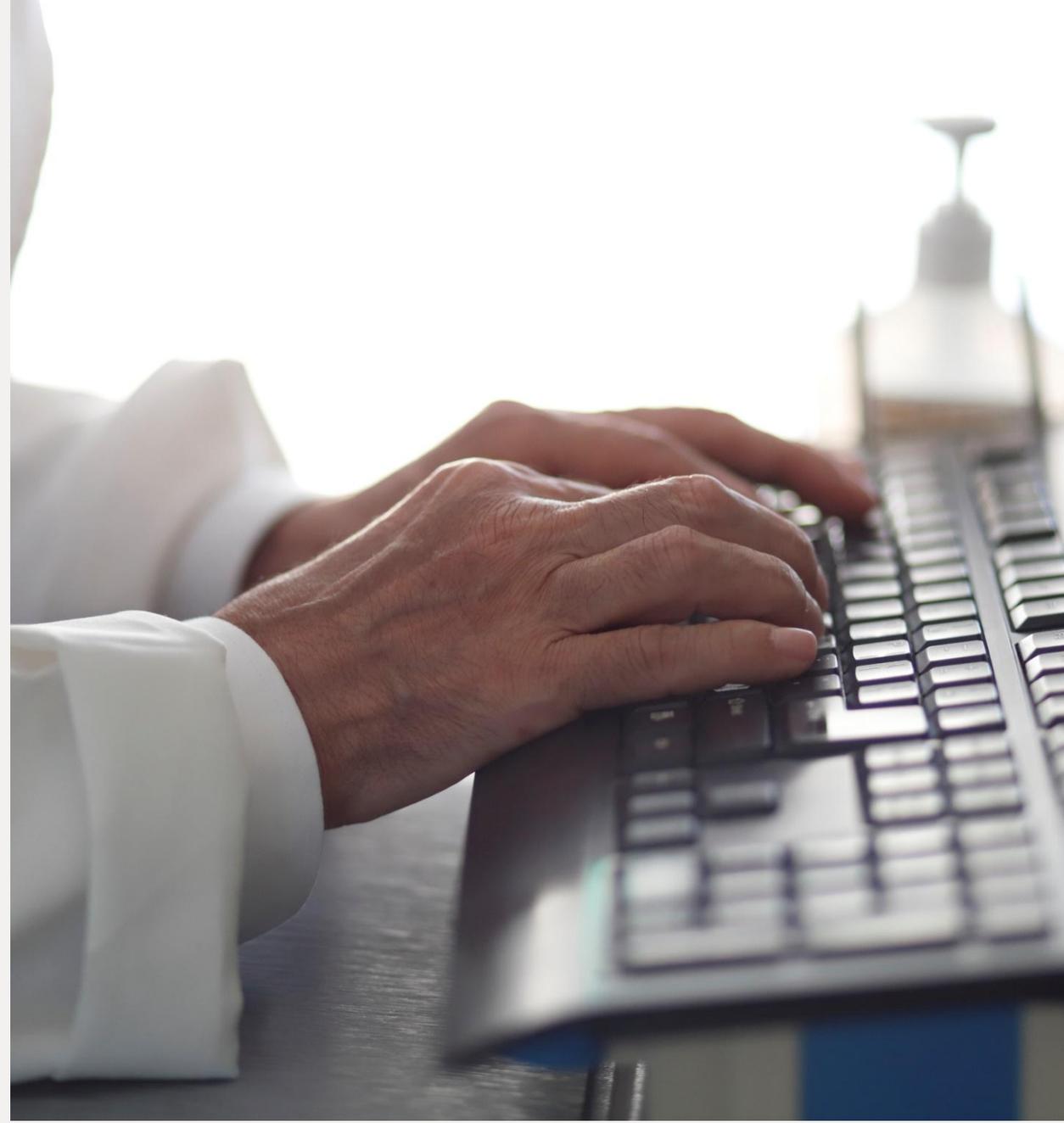
D31. Quando ripensa alle esperienze che ha avuto all'interno della sua farmacia di fiducia negli ultimi 12 mesi, con che frequenza le è capitato di provare queste sensazioni?

Base: 2000 clienti

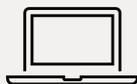
EPIC: la creazione di un legame emotivo in farmacia

Base: clienti che scelgono la farmacia per motivi legati alla **preparazione del personale** e alla **fiducia nel consiglio del farmacista**

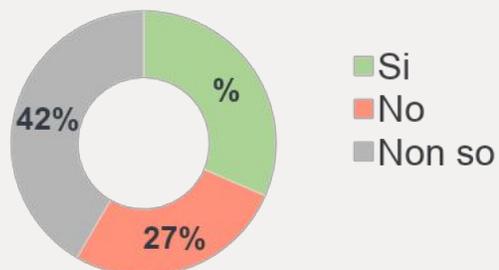




L'approccio al digital nella farmacia di fiducia



Sito internet della farmacia



Acquisti online di prodotti farmaceutici

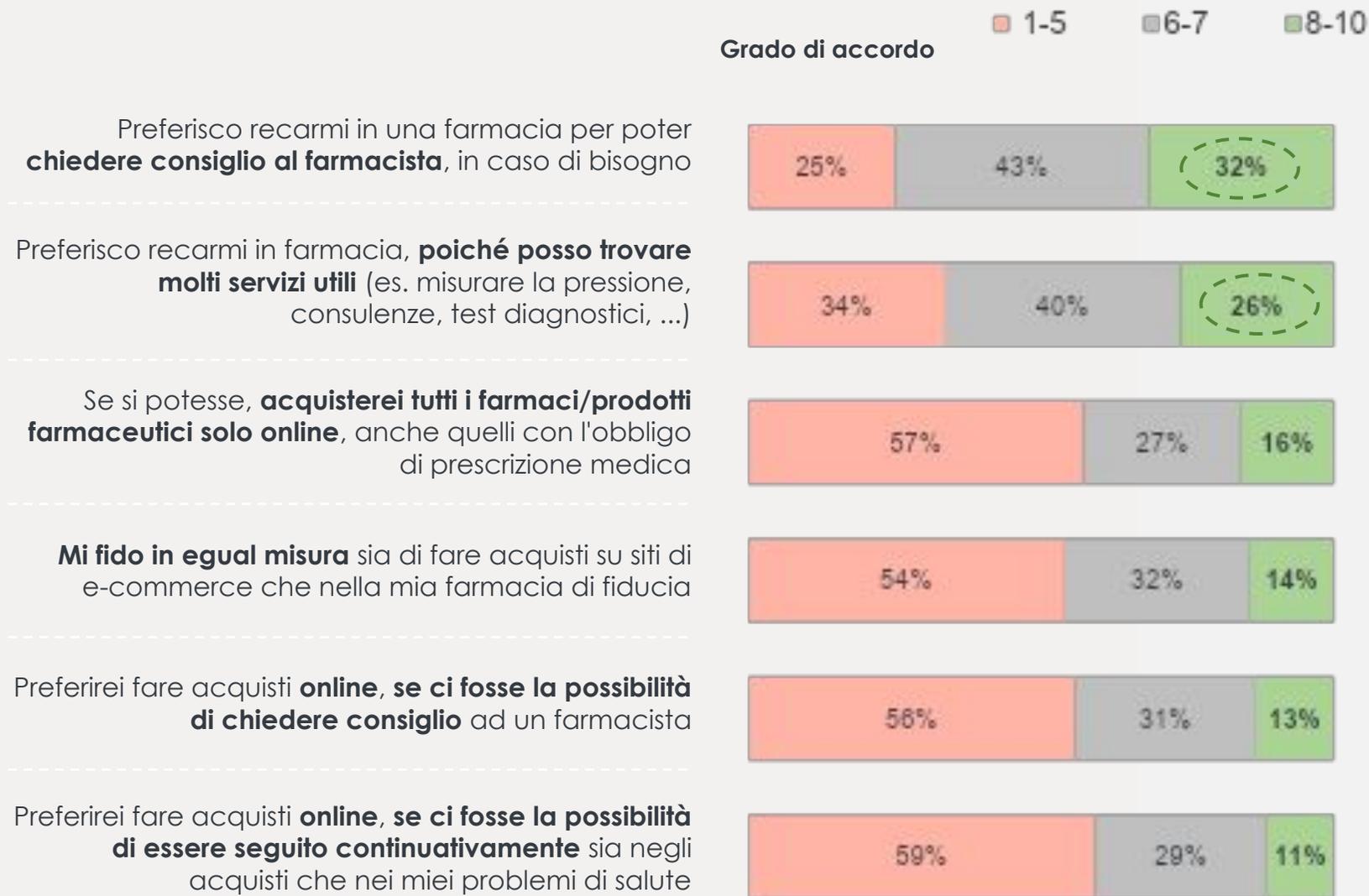


Base: 2000 clienti

D13. La sua farmacia di fiducia ha un sito internet?

D14. Ha mai fatto acquisti su siti e-commerce che offrono gli stessi prodotti offerti dalla sua farmacia di fiducia?

Propensione all'acquisto online di farmaci



Base: 2000 clienti

D15. Pensi ora alla tua farmacia di fiducia e ai siti di e-commerce che offrono prodotti farmaceutici. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni? Per favore, utilizzi una scala da 1 a 10, dove 10 significa "PERFETTAMENTE D'ACCORDO" e 1 significa "PER NULLA D'ACCORDO"

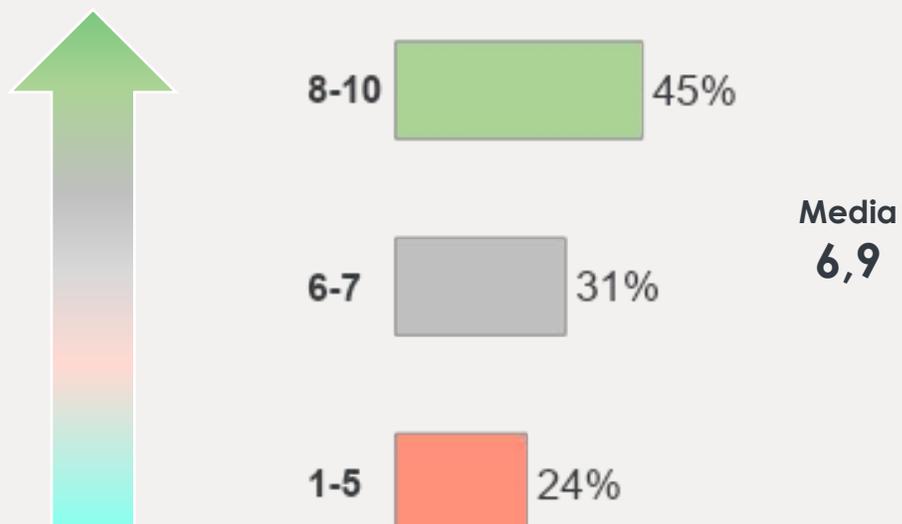
L'approccio alla telemedicina



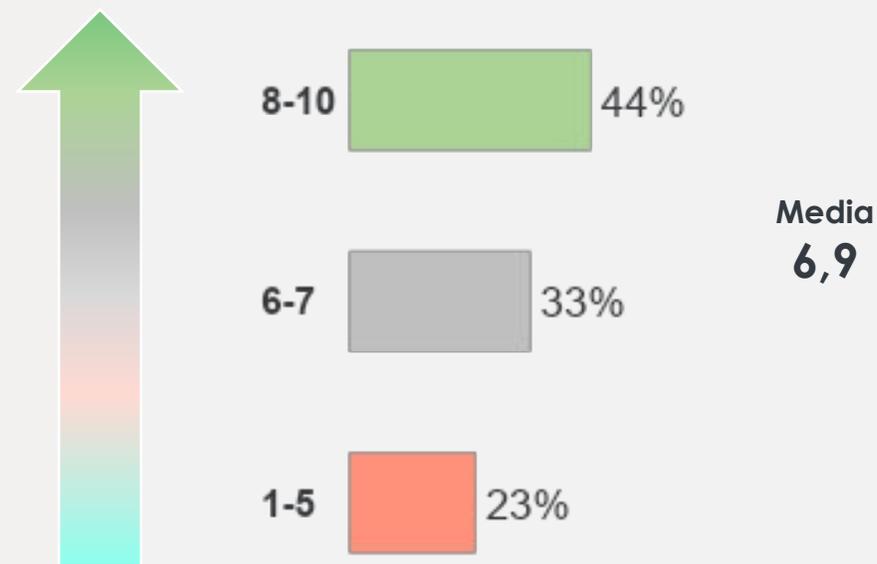
Sempre di più, anche in Italia, si sta diffondendo l'utilizzo di servizi di telemedicina, ovvero di **servizi di diagnosi e controllo effettuati per mezzo di strumenti tecnologici a distanza**.

Ciò permette ai pazienti di non dover necessariamente recarsi nelle strutture sanitarie per effettuare visite e terapie, **riducendo anche i tempi di attesa nei reparti ospedalieri e negli ambulatori**.

Importanza dello sviluppo della telemedicina



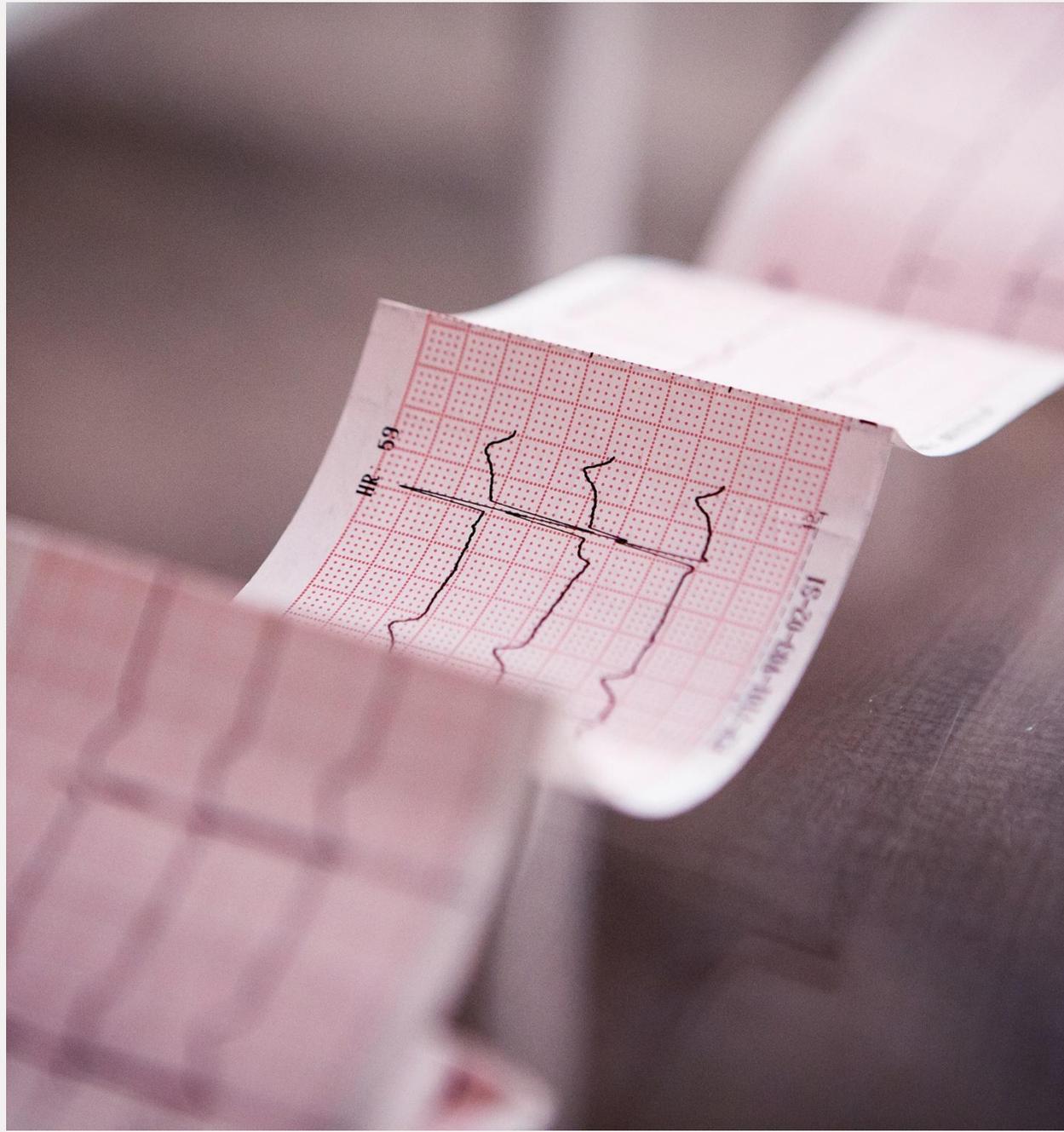
Interesse verso la telemedicina in farmacia



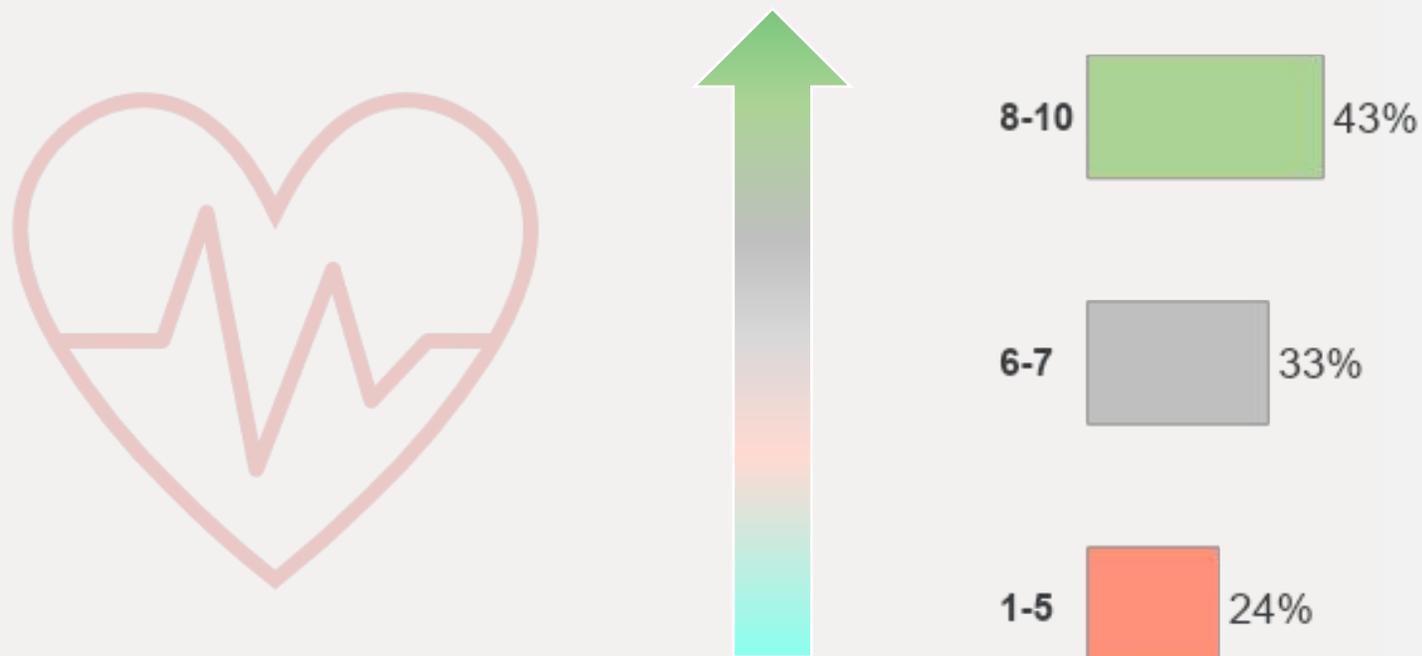
Base: 2000 clienti

D21. Quanto è importante, secondo lei, lo sviluppo di questi servizi di telemedicina? Per rispondere utilizzi una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla IMPORTANTE" e 10 "estremamente IMPORTANTE".

D22. Quanto sarebbe importante, per lei, che questi servizi venissero offerti dalla sua farmacia di fiducia? Per rispondere utilizzi una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla IMPORTANTE" e 10 "estremamente IMPORTANTE".

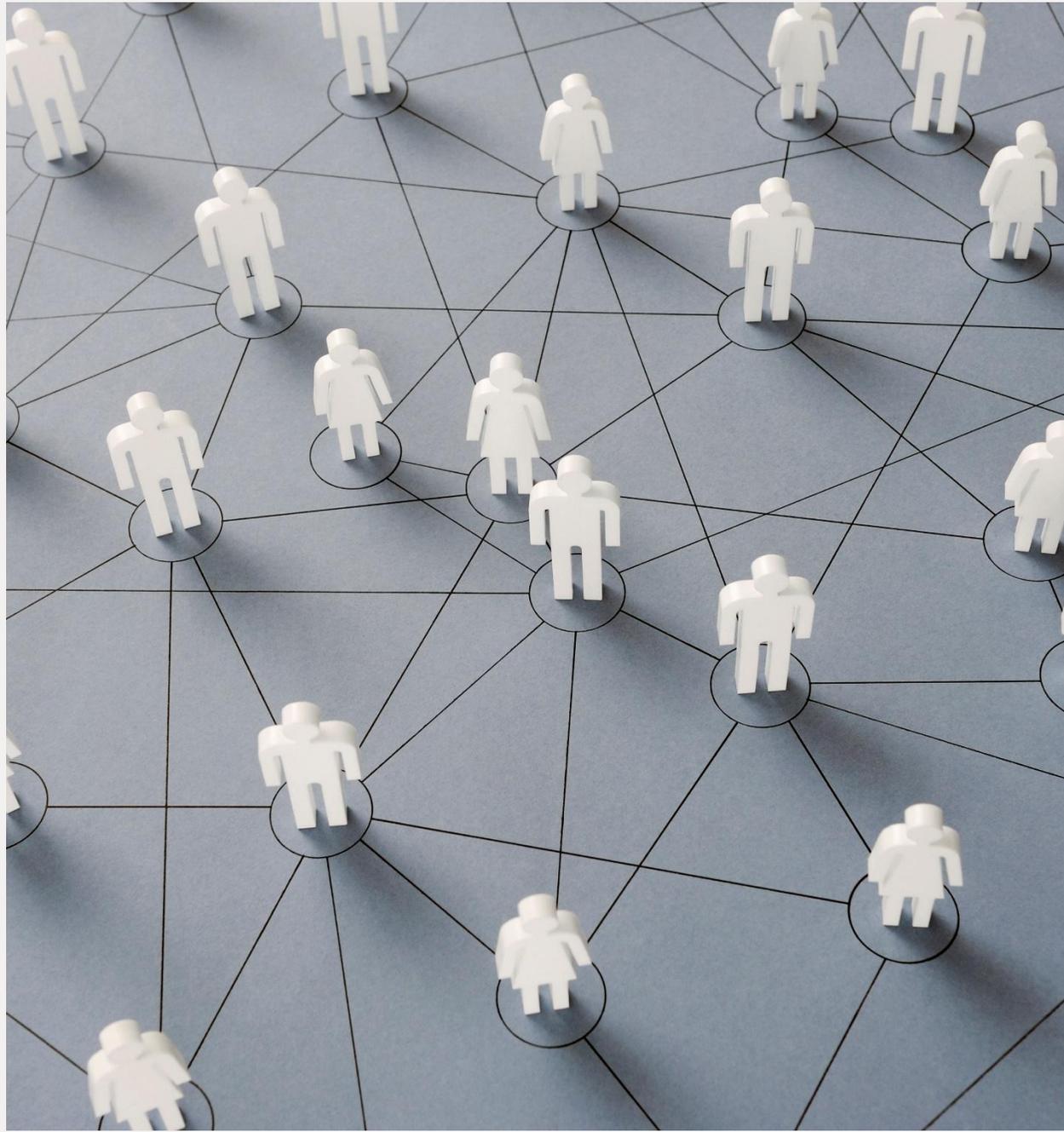


L'interesse verso la prevenzione delle malattie cardiovascolari in farmacia



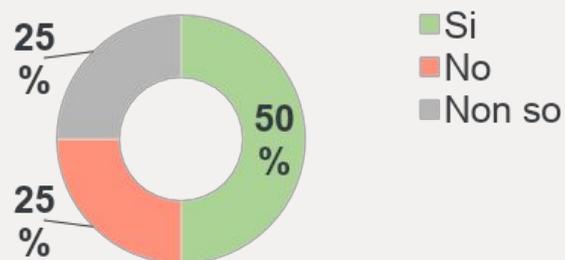
Base: 2000 clienti

D24. Le malattie cardiovascolari rappresentano uno dei più importanti problemi di salute pubblica. Il farmacista può intervenire identificando i clienti in base al loro grado di rischio e suggerendo comportamenti adeguati. Sarebbe interessato/a ad un servizio di questo tipo nella sua farmacia di fiducia? In che misura?



Le farmacie durante la pandemia: verso un nuovo ruolo? (1/2)

C'è stato un cambiamento nel ruolo delle farmacie a partire dall'emergenza Covid?



Base: 2000 clienti

I cambiamenti principali

ATTIVITA' SPECIFICHE DURANTE IL COVID-19

Hanno fatto i tamponi Covid-19

20%

Hanno fatto attività di vaccinazione/ coinvolgimento diretto nei vaccini

16%

Maggior collaborazione con le autorità sanitarie/ con il SSN

4%

Hanno svolto maggiori azioni di contenimento del Covid-19

4%

Maggior coinvolgimento/ coinvolgimento nel contrastare il Covid-19

3%

MAGGIORE DISPONIBILITA'

Sono state più vicine ai clienti e alle loro esigenze/ hanno fornito più supporto

12%

Hanno fornito più presenza/ presenza capillare sul territorio

7%

Sono state più disponibili con i clienti

6%

Più efficienza/ più organizzazione

3%

Hanno dimostrato più affidabilità

3%

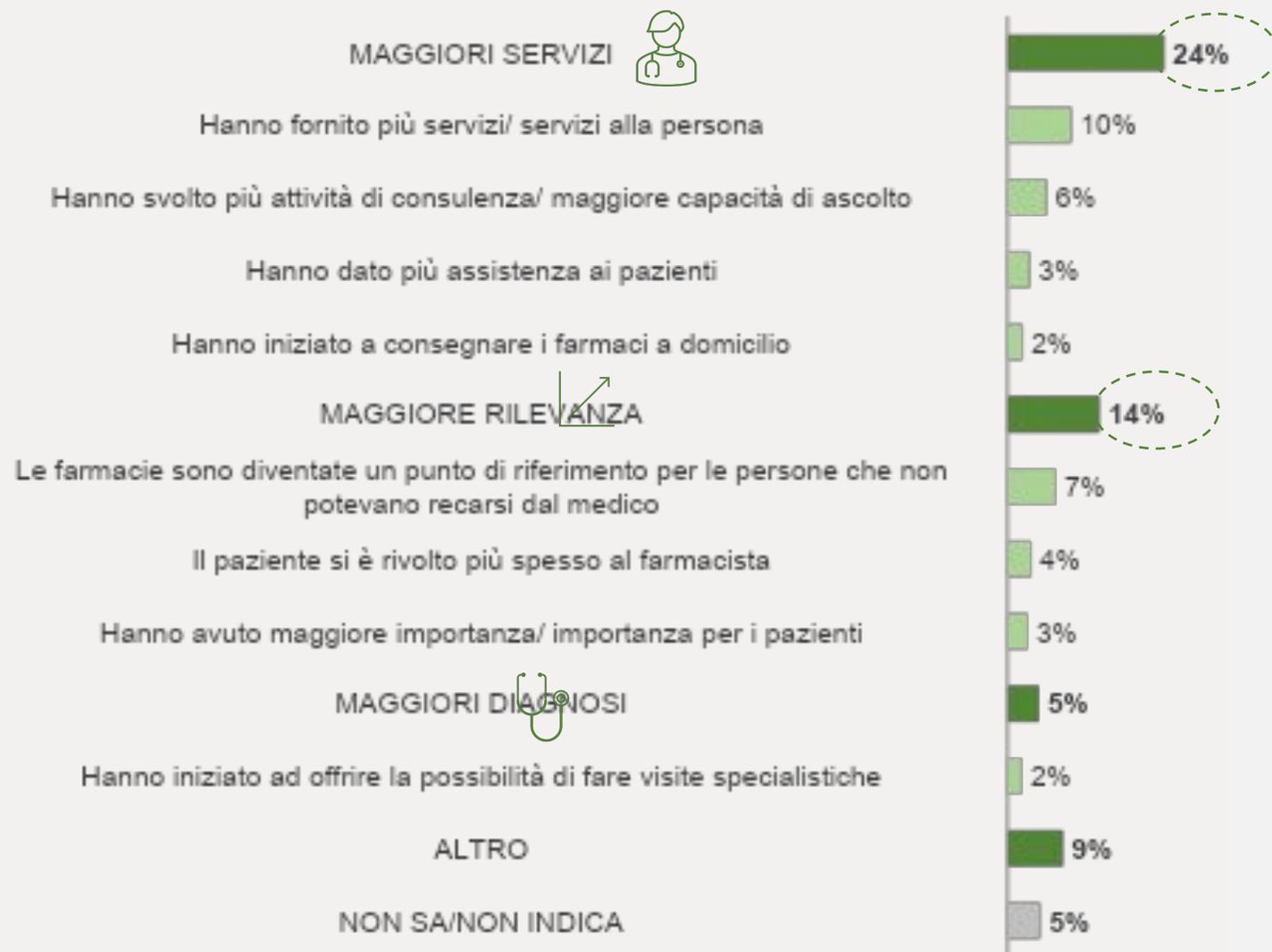
Hanno acquisito maggiori competenze/ più professionalità

2%

Base: 1009 clienti

Le farmacie durante la pandemia: verso un nuovo ruolo? (2/2)

Gli altri cambiamenti individuati

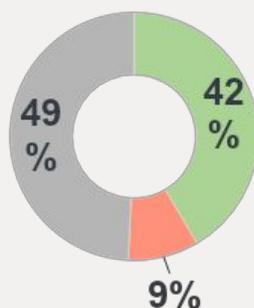


Oltre al ruolo nel contrastare la diffusione del Covid-19, viene riconosciuto **l'aumento della rilevanza** della farmacia e l'offerta di **maggiori servizi alla persona**

La relazione attuale tra la farmacia e la sanità del territorio: i MEDICI DI MEDICINA GENERALE

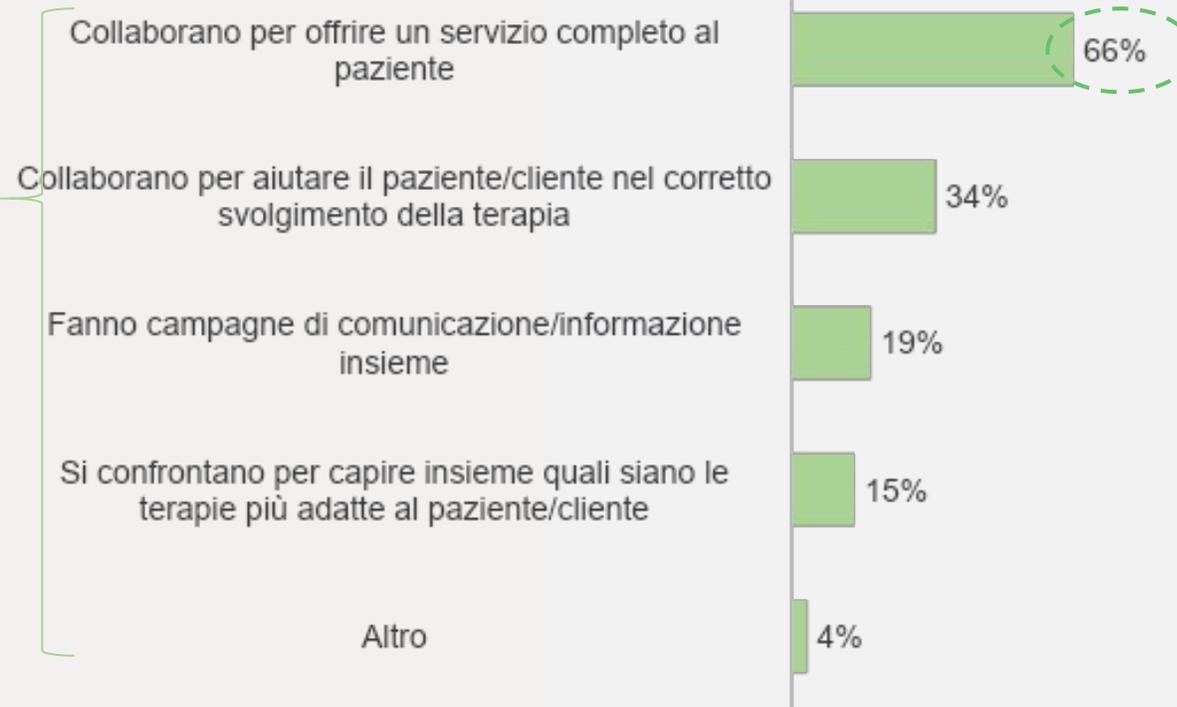


Relazione con i Medici di Medicina Generale della zona



■ Si
■ No
■ Non so

Base: 2000 clienti



Base: 831 clienti

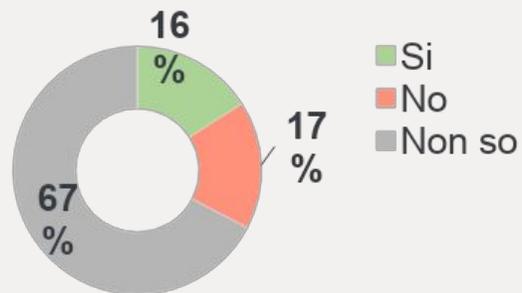
D16. La sua farmacia di fiducia si relaziona in qualche modo con i Medici di Medicina Generale della sua zona?

D17. In che modo?

La relazione attuale tra la farmacia e la sanità del territorio: i MEDICI SPECIALISTI

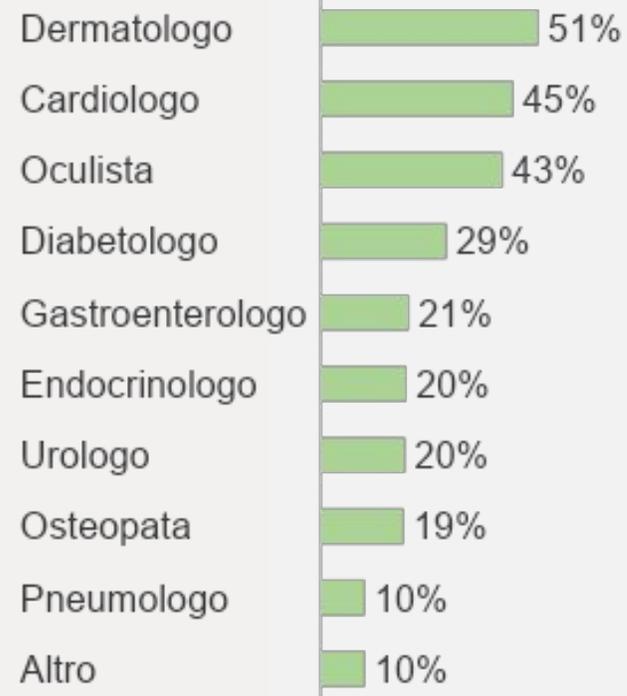


Relazione con i Medici Specialisti della zona



Base: 2000 clienti

Il **16%** si dichiara a conoscenza di una relazione precisa con...



Base: 320 clienti

D18. E si relaziona invece, con dei medici specialisti? D19. Con quali, in particolare?

L'importanza della relazione con la sanità del territorio

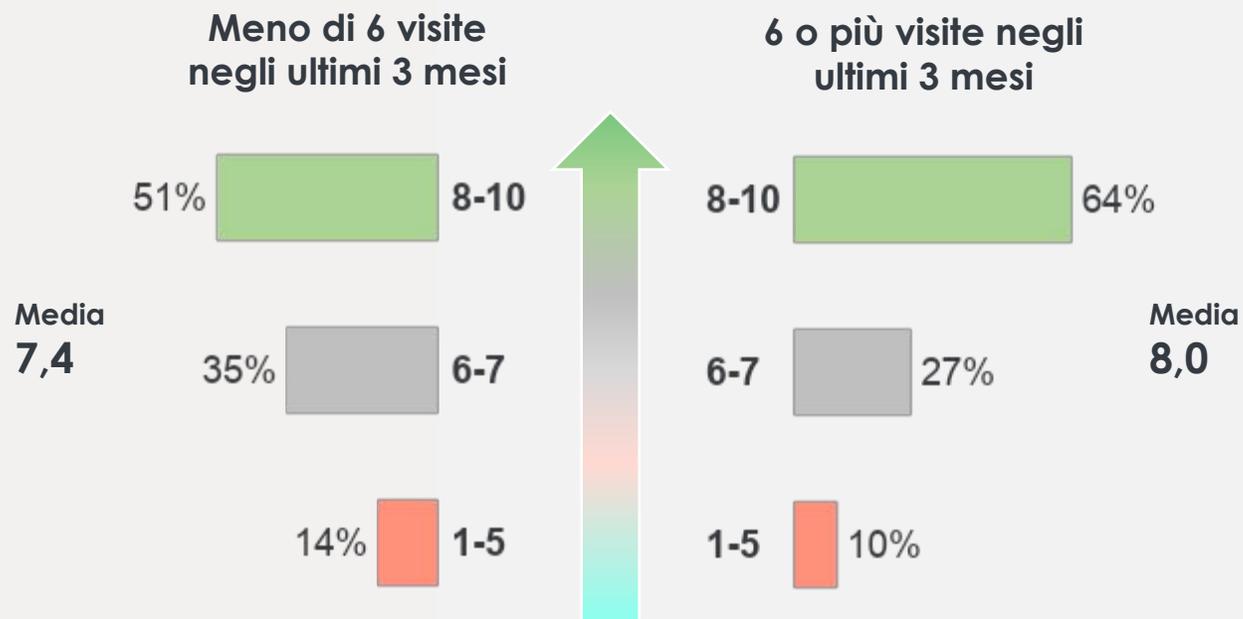


Base: 2000 clienti



Oltre la metà del campione riconosce un'importanza elevata alla relazione tra le farmacie e la sanità del territorio.

Il dato diventa ancora più rilevante tra chi frequenta più spesso la farmacia:



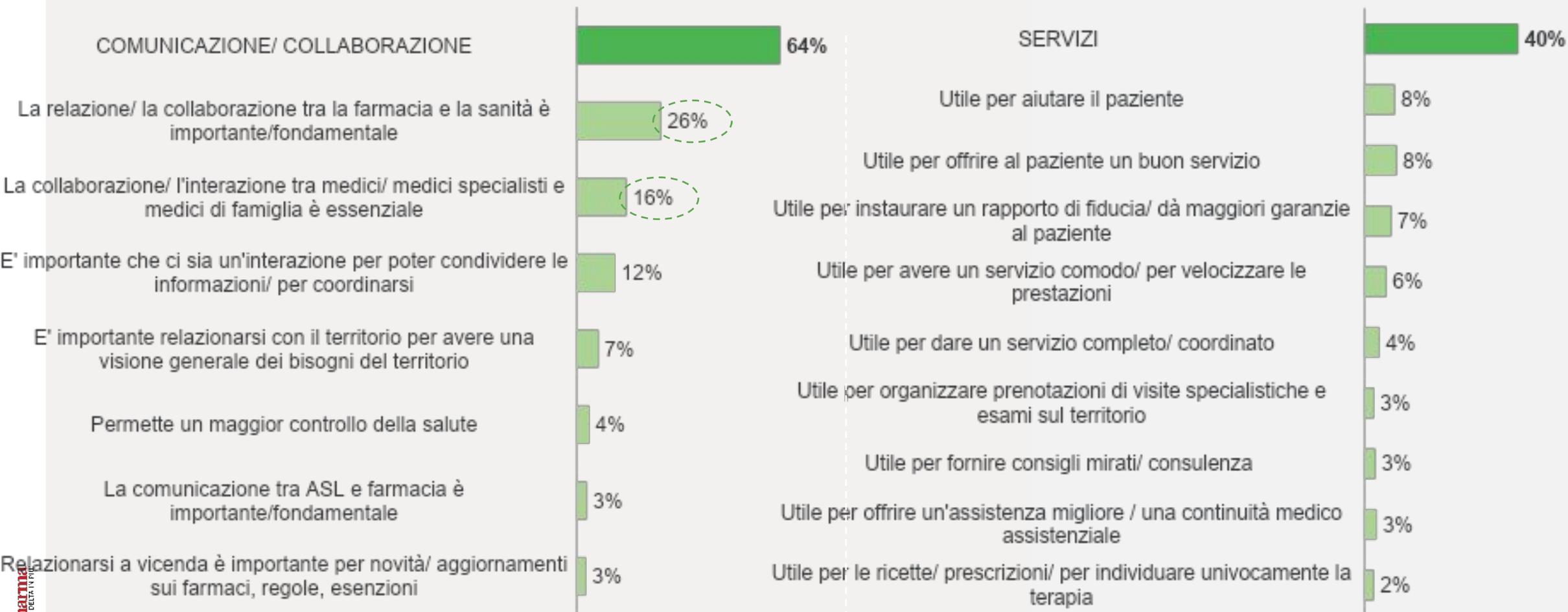
Base: 1469 clienti

Base: 531 clienti

L'importanza della relazione con la sanità del territorio (Voti 8-10)

ASPETTI POSITIVI 91%

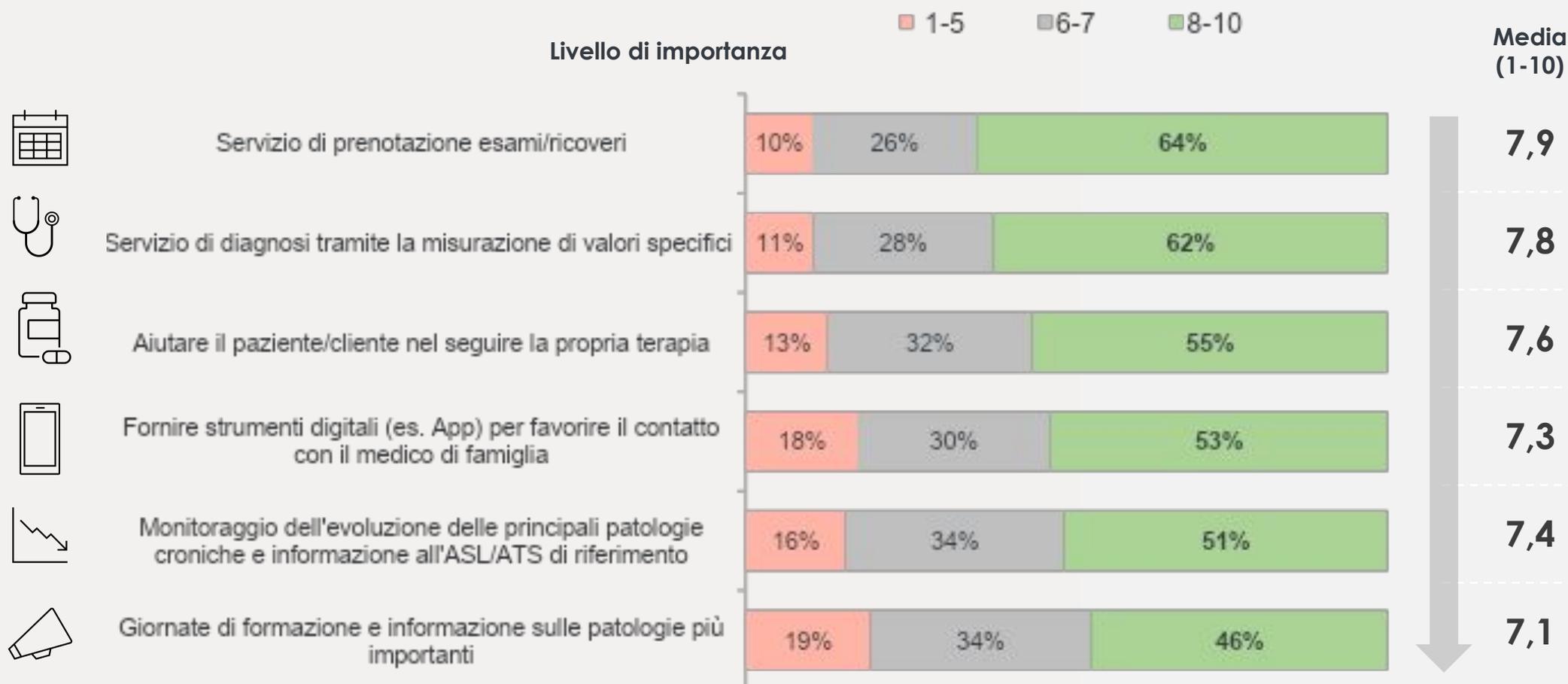
Voti 8-10



D20a. Per quale ha risposto per nulla importante/estremamente importante?

Base: 1087 clienti

Alcune idee concrete: la farmacia come terminale intelligente della sanità del territorio



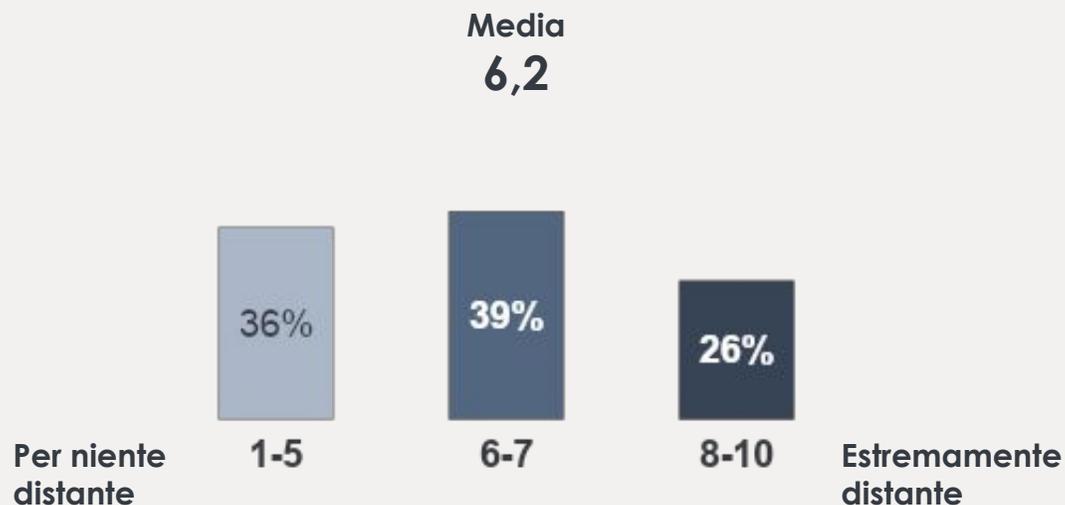
Base: 2000 clienti

D28. Leggerà ora alcune idee concrete per sostenere questo possibile ruolo della farmacia come "terminale intelligente della sanità del territorio". Quanto è importante, per lei, ciascuna di queste idee? Per rispondere utilizzi una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla IMPORTANTE" e 10 "estremamente IMPORTANTE".

La situazione attuale vs. la situazione desiderata



Distanza tra la farmacia attuale e il modello del *terminale intelligente della sanità territoriale*



Quanto sarebbe importante avere vicino a casa una farmacia che sia anche un punto salute comodo, pratico, accessibile e con personale qualificato per ricorrere a esami e screening di prevenzione?

Estremamente importante

Per nulla importante



8-10 62%

6-7 27%

1-5 12%

Media 7,8

Base: 2000 clienti

D29. Ora pensi di nuovo alla sua farmacia di fiducia. Secondo lei, quanto è distante da questo nuovo modello di farmacia. Per rispondere utilizzi una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla DISTANTE" e 10 "estremamente DISTANTE".

D30. Quanto sarebbe importante, per lei, avere vicino a casa una farmacia che sia anche un punto salute comodo, pratico, accessibile e con personale qualificato per ricorrere a esami e screening di prevenzione? Per rispondere utilizzi una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla IMPORTANTE" e 10 "estremamente IMPORTANTE".



HEALTH CHALLENGE





I quattro cluster

Alta proattività

4 - CONSULENZA/CONSIGLIO



Poche aree di specializzazione

3 - COOPERATIVA STRATEGICA



Molte aree di specializzazione

1 - TRADIZIONE



2 - DRUGSTORE



Bassa proattività

La farmacia abituale vs. la farmacia ideale

La farmacia percepita dai farmacisti
(Barometer Doxa Pharma 2022)



Differenza
ATTUALE – IDEALE

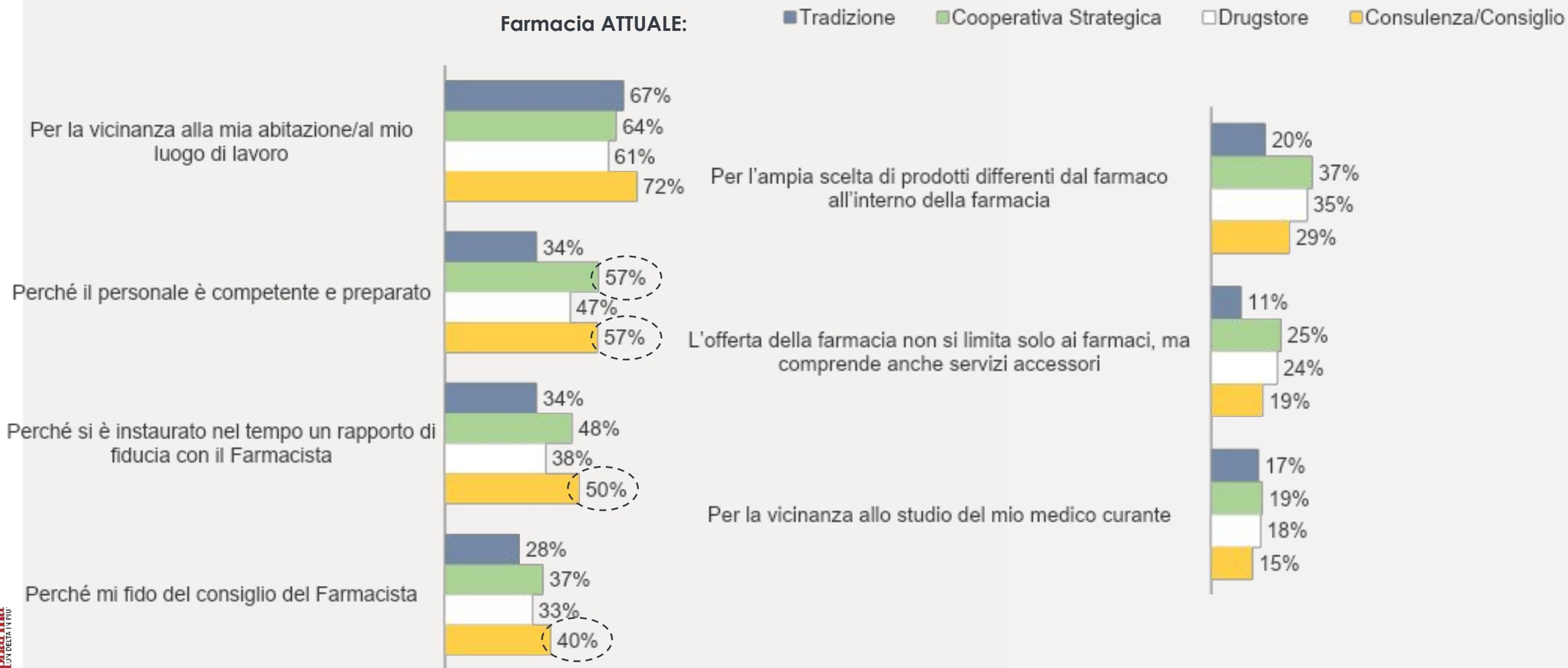


Base: 2000 clienti

D32. Le chiedo ora di leggere i quattro profili che trova di seguito. Ciascuno di essi descrive un modello di farmacia presente sul territorio italiano. Indichi quale, dal suo punto di vista, rappresenta più da vicino la sua farmacia di fiducia.

D33. E pensando ai quattro profili di farmacia che ha appena letto, quale sarebbe il suo modello di farmacia ideale?

La scelta della farmacia nei quattro cluster



Il nuovo ruolo delle farmacie durante il Covid-19: i servizi e la rilevanza



Farmacia ATTUALE



Farmacia ATTUALE





Alcune conclusioni

- Sempre di più, i clienti cercano non soltanto la disponibilità di prodotto e la cortesia nel personale della farmacia ma anche professionalità e affidabilità. Sono **il personale e le sue competenze** ad essere **al centro della scelta** per il 70% degli intervistati
- Le aziende vengono poco ricordate per i loro prodotti, ma ancora meno per attività di formazione e informazione in farmacia.
- Il Covid ha promosso un nuovo modello di farmacia: sia **indoor** (più incentrata sulla consulenza e il consiglio), sia **outdoor** (con un ruolo all'interno della sanità del territorio).
- Al crescere della frequentazione della farmacia cresce l'importanza della relazione con la sanità del territorio.
- C'è quindi una significativa aspettativa di ruolo (il cosiddetto terminale intelligente della sanità del territorio). I clienti si aspettano che la farmacia **esca dal suo ruolo tradizionale e interagisca con la sanità del territorio.**
- Le due grandi innovazioni attese sono quindi:
 - Una farmacia che **non si occupi solo di dispensazione di prodotti**
 - Una farmacia che **completi**, grazie alla telemedicina e alla relazione con la classe medica, **il patient journey.**
- Alle farmacie spetta ora il compito di soddisfare queste aspettative, con l'aiuto delle aziende.

Grazie per l'attenzione!

