

Milano, 10/11/2022
COMUNICATO STAMPA

**ASSIRM TALK PHARMA: I TREND NEL MONDO DELLA SALUTE
LA CONOSCENZA COME GUIDA AL CAMBIAMENTO**

Tra i temi trattati all'evento online si è fatto il punto sui trend del mercato farmaceutico e sui nuovi modelli di gestione integrata del paziente sul territorio per comprendere cambiamenti e bisogni di tutti gli attori protagonisti, dai medici ai farmacisti fino ai consumatori finali.

Il 9 novembre 2022 è stato trasmesso in Live Streaming l'Assirm Talk Pharma intitolato **I TREND NEL MONDO DELLA SALUTE: LA CONOSCENZA COME GUIDA AL CAMBIAMENTO**, convegno online inserito all'interno degli appuntamenti dell'Associazione Assirm, pensati per specifici settori di riferimento.

L'evento, dedicato alle ricerche di marketing e rivolto ai professionisti e alle Aziende che operano nel settore farmaceutico e sanitario, ha visto lo sviluppo di interessanti argomenti di discussione a partire da una panoramica sullo scenario farmaceutico che a giugno 2022 ha mostrato una crescita rilevante sia in ambito ospedaliero che di retail con un + 7% a valori e un +3,4% a volumi. Dagli interventi della giornata è, inoltre, emerso il **ruolo fondamentale della conoscenza** e di come sia importante sfruttare la raccolta dati per rispondere alle crescenti e cangianti richieste di informazioni e assistenza da parte dei consumatori.

Ad aprire i lavori del talk e a condurre interamente l'evento **Guendalina Graffigna, Presidente Centro Studi Assirm e Professore Ordinario di Psicologia dei Consumi e della Salute, Università Cattolica del Sacro Cuore di Cremona**, che ha introdotto i principali topic dell'incontro, suddiviso tra talk singoli e una tavola rotonda conclusiva:

Nel corso della prima parte dell'evento, **Isabella Cecchini, Direttrice Divisione Ricerche di Mercato di IQVIA**, ha presentato gli ultimi dati relativi all'andamento del settore sanitario e farmaceutico nello speech *"Lo Scenario Farmaceutico: Trend, dinamiche e prospettive"*, dichiarando:

"Dopo il periodo di contrazione osservato durante i due anni di pandemia, a giugno 2022 si rileva una ripresa significativa del mercato farmaceutico che investe tutti i canali: l'ospedale, la farmacia territoriale, la DPC. In questo nuovo contesto si prefigura una fase di cambiamenti "strutturali" che pongono i diversi interlocutori di fronte ad importanti sfide: implementazione di nuovi modelli di presa in carico del paziente, gestione integrata e rafforzamento del territorio, digitalizzazione e sviluppo della telemedicina. Tutti gli attori protagonisti del cambiamento sono coinvolti nel cambiamento: l'ospedale, i medici di famiglia, la farmacia territoriale, le associazioni dei pazienti. Grande l'attesa di alleanza e di partnership con le Aziende Farmaceutiche da parte di tutti gli attori, per costruire insieme il nuovo contesto"

Successivamente **Stefania Fregosi, Healthcare Head di IPSOS Italia** nel suo intervento *“Ruolo e valore del territorio nel futuro della Sanità in Italia: Conoscenza e applicazione del PNRR da parte di clinici, farmacisti e pazienti”*, ha trattato il tema del PNRR e di come la sua attuazione nel campo della Sanità costituisca un momento di svolta e una grande opportunità per il miglioramento e l’evoluzione del nostro sistema sanitario. Queste le sue dichiarazioni:

“In futuro l’assistenza sanitaria territoriale ricoprirà un ruolo sempre più centrale. In generale, tra i cittadini italiani e gli operatori sanitari emerge la percezione dell’importanza e dell’urgenza di investire e ristrutturare il sistema sanitario assistenziale, c’è anche il timore che l’occasione del PNRR venga sprecata. Di fronte però a queste alte aspettative osserviamo un livello di conoscenza degli ambiti di applicazione del PNRR ancora limitato: solo il 24% dei medici di medicina generale si ritiene informato, il 30% degli italiani e meno della metà dei medici specialisti. La conoscenza superficiale si accompagna ad una scarsa consapevolezza di quello che il PNR consentirà di fare. Per poter sfruttare al meglio e valorizzare i vantaggi concreti che l’attuazione del PNR darà e la sua capacità di rispondere ai bisogni emersi, appare opportuno incrementare la conoscenza del piano e sottolinearne i benefici concreti sia per gli operatori sanitari sia per i cittadini.”

Ha proseguito poi **Piergiorgio Rossi, Managing Director SGR International** che con uno speech da titolo, *“Health Communication Reshaping. Un osservatorio sulle dinamiche di engagement dei clinici in uno scenario post pandemico”* ha così osservato:

“Il grande cambiamento che ci ha investito dall’esordio della pandemia ha determinato un’importante trasformazione nelle modalità di fruizione dell’informazione scientifica da parte dei clinici. Per indagare i bisogni dei medici, è nato Health Communication Reshaping, un Osservatorio sviluppato da McCann Health e Sgr Lifecycle che permette di ascoltare le preferenze di fruizione da parte dei clinici, consentendo di adattare i format dei progetti che le aziende propongono. Nonostante le aziende sperino si possa tornare ad una situazione simile a quella pre-pandemica, il campo ci mostra come la apertura nei confronti della omni-canalità sia totale. Ma il cambiamento, seppur irreversibile, non sarà immediato, come dimostrato dalla profilazione che abbiamo sviluppato identificando 4 diversi segmenti di clinici.”

A seguire, l’intervento a cura di **PHARMAGRIN** dal titolo *“Interviewed Care: Il front end della ricerca di mercato”*, ha visto protagonista **Silvio Cantoro, Partner**, che ha commentato lo scenario relativo all’approccio all’intervistato, specie nel pharma, che si evolve sulla base dei modelli di customer care e customer support:

“Al front-end delle Ricerche di Mercato del settore farmaceutico è richiesta una rapida evoluzione da Contact Center a BPO, attraverso l’applicazione di modelli sempre più ‘intervistato-centrici’”

Hanno preso quindi la parola per **Toluna, Mariateresa Gaglione, Enterprise Account Manager Italy** e **Silvia Usberti, Quantitative Research Lead**, che durante il loro intervento *“Cost of living,*

crisi geopolitica, effetti sociali post covid: alcune riflessioni sull'impatto della nuova normalità sugli atteggiamenti degli italiani verso la salute", hanno presentato l'analisi svolta su quanto l'attuale contesto socio-economico post-pandemico stia impattando sugli Italiani quando si parla di "Salute":

"Il 41% degli italiani dichiara di dare più importanza alla salute rispetto ad un anno fa e, nonostante l'aumento del costo della vita, non rinuncia alla cura di sé: da qui strategie per nuovi comportamenti d'acquisto."

Infine, lo speech curato da **ALES Market Research** intitolato *"I 'Boomer' ed il mondo online dei servizi per la salute: orientamenti, difficoltà e desiderata"*, ha portato le evidenze dell'indagine che è andata ad esaminare il mondo online dei servizi per la salute, concentrandosi sul target dei boomer:

"I boomers hanno una buona familiarità con il mondo digitale, ma il 44% di loro dichiara di aver paura di sbagliare quando si tratta di acquistare online prodotti/servizi per la salute ed il benessere." – ha così dichiarato **Emanuele Badalucco, Senior Market Researcher di ALES Market Research.**

A chiusura della giornata di lavori, in merito alla tavola rotonda *"Verso nuovi modelli di gestione integrata del paziente sul territorio: esperienze e prospettive"*, a cui hanno preso parte **Renato Balduzzi, Professore Ordinario di Diritto Costituzionale Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano**, **Roberta Di Turi | Direttore Dipartimento dei Servizi ASL Roma 3** e **Isabella Mori, Responsabile Area Tutela Cittadinanzattiva**, la moderatrice **Guendalina Graffigna, Presidente Centro Studi Assirm e Professore Ordinario di Psicologia dei Consumi e della Salute, Università Cattolica del Sacro Cuore di Cremona**, ha così concluso:

"La sanità è oggetto di una 'tempesta perfetta': la pandemia da Covid19 ha messo in discussione certezze e modelli gestionali consolidati in passato. La spinta verso la digitalizzazione, la necessità di una migliore integrazione tra Ospedale e territorio, il crescente protagonismo del cittadino-paziente nel suo percorso di salute ... sono solo alcune delle tendenze in essere che stanno fortemente interrogando e riconfigurando il nostro sistema sanitario. La ricerca di mercato, sociale e di opinione oggi gioca un ruolo fondamentale per accompagnare queste trasformazioni e per permettere ai diversi stakeholders di definire al meglio priorità e strategie per essere resilienti e per innovare efficacemente il sistema sanitario."

Assirm

Assirm è l'Associazione di categoria che ha tra i suoi obiettivi primari valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali, capaci di **tradurre gli insight** del presente e del futuro attraverso **Business Intelligence, Big Data, Data Analysis** e **servizi di Consulenza**. Sin dalla sua nascita nel 1991, contribuisce alla diffusione della cultura della ricerca, consentendo ad un numero sempre maggiore di Istituzioni, Imprese e Associazioni di disporre di informazioni accurate e affidabili, stimolando l'innovazione, creando i presupposti di scelte



efficaci, generando valore nel sistema economico e sociale. Gli Associati sono società private e indipendenti.

Nella sua attività istituzionale, Assirm collabora con Università e con diverse Associazioni di ricercatori e di studiosi -quali ad esempio Esomar- e aderisce a EFAMRO – the European Research Federation e ASA – Associazione per la Statistica Applicata.

È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect.

www.assirm.it

Contatti

UFFICIO STAMPA ASSIRM

Doppia Elica

Claudia Tirendi – c.tirendi@doppiaelica.com – T. 02 40999 348

Giulia Panebianco – g.panebianco@doppiaelica.com – T. 02 40999 3355