

Milano, 15 ottobre 2024

## **COMUNICATO STAMPA**

### **ASSIRM TALK PHARMA**

#### **INNOVAZIONI E CONNESSIONI: NUOVI LUOGHI, RUOLI E RELAZIONI PER IL FUTURO DELLA SALUTE**

*L'appuntamento si terrà in live streaming il 23 ottobre dalle 09.45 alle 12:00  
e sarà dedicato agli ultimi trend del mondo Pharma*

Gli appuntamenti di approfondimento firmati **Assirm**, l'Associazione che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale, ripropongono uno degli appuntamenti più importanti di questo ciclo di eventi: il Talk Pharma, in programma il prossimo **23 ottobre dalle 09.45 alle 12:00** e intitolato ***"Innovazioni e connessioni: nuovi luoghi, ruoli e relazioni per il futuro della salute"***.

L'incontro in diretta streaming vedrà i relatori esplorare i trend e le prospettive nel mondo della salute. Ci sarà un focus sui cambiamenti in atto e sui bisogni emergenti degli attori chiave del settore: medici, pazienti, farmacisti e consumatori. Non mancheranno gli approfondimenti inerenti a tematiche quali la sanità territoriale, le svolte digitali e social.

L'apertura e la moderazione del Talk saranno a cura di **Guendalina Graffigna, Professore Ordinario di Psicologia dei Consumi e della Salute presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza e Presidente del Centro Studi Assirm.**

La giornata proseguirà col seguente programma:

- **10:00 – 10:15 - Evoluzione del mercato farmaceutico, dinamiche dei canali distributivi e ruolo degli stakeholder** | *Isabella Cecchini*, Direttrice divisione Primary Market Research; Responsabile Centro Studi **IQVIA**.  
*"Cresce il mercato farmaceutico retail, guidato dall'OTC, Food Supplements, dermocosmesi e classe C. in un contesto attraversato da importanti fenomeni che caratterizzeranno i prossimi anni: evoluzione della domanda, crescente centralità della farmacia, progressivo consolidamento delle catene, crescita progressiva dell'e-commerce. In questo contesto cresce la domanda di salute e la cultura della prevenzione e il consumatore-paziente si muove in un sistema sempre più complesso di fonti e touchpoint informativi."*
- **10:15 – 10:30 - L'evoluzione del ruolo del farmacista nel SSN: opportunità e sfide del farmacista oggi** | *Stefania Fregosi*, Healthcare Head **Ipsos**.  
*"La farmacia italiana sta vivendo una profonda trasformazione verso la piena realizzazione del modello di "Farmacia dei servizi", portando a compimento il ruolo che gli è stato affidato dalle recenti normative di primo presidio sanitario di prossimità. Ma come sta avvenendo concretamente questo cambiamento sul territorio? Quali sono i bisogni dei farmacisti e la loro propensione ad ampliare l'offerta di servizi? Una recente indagine Ipsos su un campione rappresentativo di farmacie ha analizzato questi temi, evidenziando un quadro sfaccettato: da un lato i farmacisti desiderano espandere i loro servizi, tra cui telemedicina, spirometria e collaborazione con altri professionisti sanitari; dall'altro affrontano ostacoli come carenze di personale e di spazi. In questo quadro, le nuove regolamentazioni rappresentano quindi un'opportunità per il farmacista di essere*

*considerato un attore importante del sistema sanitario, che però necessita di un maggior riconoscimento, di formazione (ad es. sui servizi da fornire e sulla gestione aziendale della farmacia) e di equilibrio tra vita lavorativa e privata.”*

- **10:30 – 10:45 - La Sanità del territorio: il punto della situazione** | *Barbara Lazzari, Business & Research Director Doxa Pharma.*  
*“La sanità del Territorio è in evoluzione, spinta soprattutto dal PNRR: qual è oggi lo stato dell’arte? Cosa è stato implementato e quali sono e dove si concentrano le principali carenze? Attraverso dati raccolti presso i Payor e opinioni espresse dai KOL risponderemo a queste domande, indagando il ruolo dell’azienda farmaceutica e verificando spazi possibili di partnership col SSN in questo processo di evoluzione.”*
- **10:45 – 11:00 - DIGITAL PILLS. Learning e golden rules per una comunicazione efficace nel mondo consumer healthcare** | *Chiara Libreri, Client Director e Andrea Argentieri, Research Associate Director Toluna & Metrixlab.*  
*“Non è un segreto che le piattaforme digitali e sociali forniscano contenuti in abbondanza e in qualsiasi momento. Una persona in Italia passa in media cinque ore e 49 minuti al giorno connesso a Internet (rapporto Digital 2024 -We are social & Meltwater). Il numero di brand e di attori interessati a comunicare cresce ogni giorno, mentre l’attenzione del consumatore sta fortemente decrescendo negli ultimi anni. Come può quindi un’azienda attirare la comunicazione del consumatore e veicolare contenuti interessanti e degni di essere ricordati? E come questo contesto si applica al mondo farmaceutico, dove l’online va ad affiancare sempre più le tradizionali fonti di informazione del territorio (medico e farmacista) ma richiede una conoscenza specifica del contesto? Questo intervento, a partire da learnings elaborati da un database globale di pubblicità digital e social nell’area consumer healthcare, esplora gli elementi principali e le buone pratiche per una comunicazione digitale efficace nell’area consumer healthcare.”*
- **11:00 – 11:15 - Le promozioni nel fisico e sull’online: una realtà nel patient journey del mondo Pharma** | *Fabrizio Pavone, Founder&CMO QBerg.*  
*“Uno dei momenti fondamentali del “patient journey” è l’acquisto del prodotto: la promozione, che sia nel fisico o sull’online, è diventata anche nel mondo pharma una leva importante, così come già da anni lo è ad esempio nei mondi FMCG e Tech. Lo testimonia il numero crescente di retailer che adottano questo media, e l’attenzione da parte dei produttori. Presentiamo una fotografia di questa “vetrina”, a livello assortimentale e di meccaniche promo.”*
- **11:15 – 11:30 - Le Medical Humanities e la Narrazione in Medicina: utopia o nuova effectiveness?** | *Susanna Danelli, Senior Qualitative and Project Consultant SGR International.*  
*“Innovare le pratiche con un approccio ‘antico’. La dimensione narrativa, core dell’approccio delle Medical Humanities, può giocare un ruolo importante nella consapevolezza del professionista che innova la propria pratica a partire dall’incontro con la singolarità e unicità del paziente/della persona... e viceversa. Una proposta di riflessione sulle relazioni e sui sistemi di relazioni, nel mondo-salute, nella sua dimensione territoriale.”*

▪ 11.30 – 12.00 – **Tavola Rotonda con:**

- **Alfredo Procaccini**, Vicepresidente di Federfarma
- **Paolo Betto**, Vicedirettore di Federfarma
- **Fiorenzo Corti**, Vicepresidente Nazionale di FIMMG

**È possibile partecipare all'evento gratuito** di Assirm iscrivendosi al seguente link:  
<https://www.assirm.it/eventi-e-webinar/assirm-talk-pharma-2024/>

### **Assirm**

ASSIRM è l'Associazione nata nel 1991 che riunisce le aziende italiane che svolgono Ricerche di Mercato, Sondaggi di Opinione e Ricerca Sociale. Tra i suoi obiettivi primari, valorizzare il ruolo e la funzione delle ricerche di marketing e delle ricerche sociali a sostegno delle strategie di Imprese e del Paese, attraverso Business Intelligence, Big Data, Data Analysis e servizi di Consulenza. Da sempre, Assirm 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 ASA – Associazione per la Statistica Applicata. È socio promotore di Fondazione Pubblicità Progresso ed è parte di Confindustria Intellect.[www.assirm.it](http://www.assirm.it)

Contatti

### **UFFICIO STAMPA ASSIRM**

Zoe Fiora – [zoe.fiora@assirmservizi.com](mailto:zoe.fiora@assirmservizi.com) – T. 02/ 58315750