

ECOMMERCE
BEAUTY & PHARMA
CONFERENCE

31 GENNAIO E 1 FEBBRAIO 2025
BOLOGNA

DATI, TREND E OPPORTUNITÀ

**dell'ecommerce per
farmacie e parafarmacie**

ecommerceschool 

media partner **Kosmetica** **Farmacia News**



Sfruttare i software

1. Definire i requisiti

2. Progettare l'architettura

3. Sviluppare il codice

4. Testare il software

5. Distribuire il software

6. Monitorare il software

7. Aggiornare il software

8. Rimuovere il software

9. Riparare il software

10. Ottimizzare il software

11. Documentare il software

12. Comunicare il software

13. Collaborare con il software

14. Evolvere il software

15. Gestire il software

16. Proteggere il software

17. Promuovere il software

18. Vendere il software

19. Supportare il software

20. Terminare il software

Sfruttare i software

1. Definire i requisiti

2. Progettare l'architettura

3. Sviluppare il codice

4. Testare il software

5. Distribuire il software

6. Monitorare il software

7. Aggiornare il software

8. Rimuovere il software

9. Riparare il software

10. Ottimizzare il software

11. Documentare il software

12. Comunicare il software

13. Collaborare con il software

14. Evolvere il software

15. Gestire il software

16. Proteggere il software

17. Promuovere il software

18. Vendere il software

19. Supportare il software

20. Terminare il software

INDICE DEI CONTENUTI

Stato attuale del settore ecommerce nel retail pharma	04
Le opportunità dell'ecommerce per le farmacie	06
Le principali sfide per chi vende o vuole vendere online	08
Parola agli esperti	10
Un evento dedicato ad approfondire l'ecommerce nella cosmetica	14

**Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'ecommerce per farmacie e parafarmacie**

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la redistribuzione del materiale e la duplicazione.

STATO ATTUALE DEL SETTORE ECOMMERCE NEL RETAIL PHARMA

Negli ultimi anni, l'Italia ha visto una significativa trasformazione nel settore dell'e-commerce. La crescita è stata alimentata da un aumento della fiducia dei consumatori nei confronti degli acquisti online, spinta ulteriormente dalla pandemia di COVID-19, che ha portato a un'accelerazione digitale senza precedenti. Secondo l'ultimo rapporto dell'Osservatorio eCommerce B2c Netcomm del Politecnico di Milano, il settore e-commerce in Italia ha registrato un incremento del 21% nel 2022, raggiungendo un fatturato di oltre 48 miliardi di euro.

Nel contesto della farmacia, l'e-commerce ha trovato un terreno particolarmente fertile. Secondo Iqvia, **il transato online di farmacie e parafarmacie ha sfiorato 1 miliardo in Italia nel 2023, con un 2024 che stima di chiudere ad un +17% rispetto l'anno precedente**, quindi quasi la certezza di sfondare quella soglia che solo qualche anno fa sembrava troppo alta da raggiungere. A questi, sono da sommare i 1,3 miliardi di cosmetici venduti online, che sempre più stanno entrando nel canale del retail farmaceutico.

La crescita dell'e-commerce nelle farmacie è merito dell'aumento della ricerca della convenienza e della comodità da parte dei consumatori. Farmacie e parafarmacie, da

21% ↓

Crescita generale
dell'e-commerce in
Italia nel 2022.

oltre
48 miliardi
↓ di euro (2022) di
fatturato totale.

quasi
1 miliardo
↓ di euro
il valore del transato
online di farmacie e
parafarmacie

Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'e-commerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la redistribuzione del materiale e la duplicazione.

quelle storiche a nuovi brand nativi digitali, hanno sfruttato le piattaforme online per espandere il loro mercato e raggiungere un pubblico più ampio, senza contare l'impatto di famosi **marketplace** (Amazon tra tutti) che stanno diventando punti vendita importanti per i farmaci da banco.

Un pubblico composto da oltre 22,6 milioni di acquirenti, tantissimi se si pensa che significa più di una persona su tre in Italia.

Possiamo dire quindi che i consumatori stanno già acquistando online prodotti relativi alla salute e al benessere, con regolarità e frequenza, e le aziende che non sono correttamente presenti all'interno di questo canale distributivo rischiano di rimanere fuori da una partita commerciale indispensabile nei prossimi anni.

L'e-commerce nel settore farmaceutico non rappresenta solo un **canale di vendita aggiuntivo**, ma anche una trasformazione radicale del modo in cui i brand interagiscono con i consumatori. Le aziende che negli ultimi anni hanno saputo integrare efficacemente strategie digitali e tradizionali hanno registrato i maggiori successi, dimostrando che l'adattabilità e l'innovazione sono chiave nel dinamico mercato della farmacie in Italia. C'è ancora tanto da fare però.



Secondo Iqvia, **il transato online di farmacie e parafarmacie ha sfiorato 1 miliardo in Italia nel 2023, con un 2024 che stima di chiudere ad un +17% rispetto l'anno precedente.**

Un pubblico da oltre

22,6 ↓

milioni di acquirenti

(più di una persona su tre in Italia)

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'e-commerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.

LE OPPORTUNITÀ DELL'ECOMMERCE PER LE FARMACIE

Il canale online ha aperto nuove strade per farmacie e parafarmacie, creando opportunità rilevanti, grazie soprattutto alla capacità tramite l'e-commerce di intercettare nuove tendenze. Il canale online si vanta anche di alcuni benefici per le aziende.

L'accesso a un mercato nazionale ↘

Uno degli aspetti più trasformativi dell'e-commerce è la capacità di trasformare un'azienda locale in una capillare quasi istantaneamente. Farmacie e Parafarmacie possono raggiungere quasi immediatamente tutto il territorio nazionale, espandendo significativamente il loro potenziale di mercato. Questo non solo aumenta le vendite ma anche visibilità.

La personalizzazione dell'offerta ↘

L'e-commerce consente a farmacie e parafarmacie di offrire prodotti personalizzati in base alle preferenze dei consumatori. Utilizzando i dati raccolti dai comportamenti di acquisto online, le aziende possono sviluppare prodotti che meglio rispondono alle aspettative del pubblico di riferimento. Questo grado di personalizzazione è difficile da ottenere attraverso i canali di vendita tradizionali.

Un marketing mirato e diretto ↘

Le strategie di marketing digitale permettono un targeting molto preciso basato su dati demografici, interessi, comportamenti di acquisto e molto altro. Campagne pubblicitarie su piattaforme come Facebook, Instagram e Google possono essere ottimizzate per raggiungere specifici segmenti di consumatori, aumentando l'efficacia del marketing e migliorando il ROI.

**Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'e-commerce per farmacie e parafarmacie**

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la redistribuzione del materiale e la duplicazione.

La possibili collaborazioni con i fornitori ↘

Con l'ecommerce, i siti delle farmacie e delle parafarmacie diventano sempre più canali di comunicazione, che le stesse case farmaceutiche o brand produttrici vogliono presidiare. Nascono quindi le opportunità di collaborazione con i brand, non solo per permettere di garantire l'assortimento ma anche per creare co-marketing insieme.

Un alto engagement del cliente ↘

Le piattaforme online offrono numerosi strumenti per costruire e mantenere l'engagement del cliente. Programmi di fedeltà, offerte personalizzate, contenuti interattivi come tutorial e blog possono creare una comunità attorno al brand e migliorare la fidelizzazione del cliente.

Non solo opportunità però, anche molteplici sfide.



Farmacie e Parafarmacie possono raggiungere quasi immediatamente tutto il territorio nazionale, espandendo significativamente il loro potenziale di mercato.

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'ecommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.

LE PRINCIPALI SFIDE PER CHI VENDE O VUOLE VENDERE ONLINE

Appurate le opportunità, è corretto conoscere anche le sfide, perché il successo online è direttamente proporzionale alle competenze. Le sfide principali spaziano dalla logistica alla gestione della clientela, fino alle questioni regolamentari, tutte cruciali nel settore farmaceutico.

Gestione logistica per l'ecommerce ↘

Una delle sfide principali dell'ecommerce è la logistica, inclusa la gestione efficiente delle scorte. Gli ordinativi il più delle volte includono uno o due pezzi per singolo ordine. Necessitano quindi di velocità e organizzazione nella spedizione. Inoltre, la capacità di gestire le scorte in modo efficace può influenzare direttamente la soddisfazione del cliente, evitando ritardi nelle consegne o indisponibilità del prodotto.

Rispetto delle normative ↘

Il settore farmaceutico è altamente regolamentato, con norme che variano significativamente da un paese all'altro. Le aziende che vendono online devono assicurarsi di rispettare le regolamentazioni locali relative alla sicurezza dei prodotti, alle etichettature e alle sostanze consentite. Questo può rappresentare una sfida particolarmente complessa per le aziende che operano a livello internazionale.

Concorrenza e differenziazione ↘

Con l'aumento degli attori nel mercato online, è difficile distinguersi. Per farmacie e parafarmacie ciò significa non solo offrire i prodotti giusti nel momento giusto, ma anche creare un'esperienza di acquisto unica e coinvolgente che possa fidelizzare

**Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'ecommerce per farmacie e parafarmacie**

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.

i clienti e spingerli a tornare. È importante anche avere la consapevolezza di come portare traffico sul proprio sito, perché fare ecommerce non significa solo fare una piattaforma, ma soprattutto sapere come attrarre la clientela.

Gestione delle consumatore e dell'immagine di marca ↘

Le recensioni online hanno un impatto significativo sulla percezione del brand e sulla decisione di acquisto dei consumatori. Gestire attivamente le recensioni, rispondere a feedback negativi in modo costruttivo e mantenere una buona reputazione online sono compiti impegnativi ma essenziali.

In conclusione, mentre le opportunità nel settore dell'ecommerce per le farmacie sono vastissime, le sfide non sono da meno. Le realtà che riescono a navigare con successo queste acque, investendo nelle soluzioni giuste e adottando un approccio proattivo alla gestione dei problemi, sono quelle che si posizionano per il successo a lungo termine.



Le aziende che vendono online devono assicurarsi di rispettare le regolamentazioni locali relative alla sicurezza dei prodotti, alle etichettature e alle sostanze consentite.

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'ecommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.

PAROLA AGLI ESPERTI

Per approfondire il tema, abbiamo chiesto a due massimi esperti il loro punto di vista sul ruolo del digitale per un'azienda di cosmetica.

Francesco Zaccariello

atida
efarma

Managing Director Italy



Quali sono le principali sfide per una farmacia online?

Il mercato è cambiato tanto in questi anni, ma a mio avviso le sfide di alto profilo restano sempre due: la prima è quella di digitalizzare l'esperienza dell'acquisto in farmacia fisica avvicinandosi sempre di più al concetto di farmacia come presidio della salute. Questo è il motivo per cui il ruolo del farmacista, con le sue conoscenze e bagaglio di esperienze è sempre stato al centro della nostra proposta di valore. Il secondo, molto diverso ma sicuramente correlato al primo, è quello di essere business sostenibili. Questo è un punto dirimente: il cuore della proposta non può essere il prezzo basso, ma la qualità del servizio.

Quali credi siano le future tendenze del mondo delle farmacie online?

Ne vedo molte, ne racconterò tre. La prima è quella di andare oltre la digitalizzazione dell'acquisto del prodotto, offrendo servizi, e ce ne sono tantissimi, che il farmacista offre ma solo fisicamente e non online. Il secondo è offrire un percorso di acquisto sempre più vicino ai bisogni del cliente, come si dice spesso "la rilevanza è molto più importante della personalizzazione". Il terzo è quello di tentare di dare

Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'ecommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.



un volto ai propri farmacisti. Sotto questo punto di vista noi siamo stati davvero i primi a spostare il farmacista da dietro allo schermo a davanti alla telecamera.

Come la formazione e l'accrescimento delle competenze del team possono aiutare al successo di una farmacia online?

Il nostro business si basa su ottimizzazioni continue e sull'attenzione ai dettagli, richiedendo la dedizione di persone che conoscono profondamente l'ambiente digitale e le competenze specifiche del loro ambito. Credo che la formazione sia centrale nella costruzione di un team solido, ma ancora di più credo nel mantenere viva una cultura da start-up. Questo significa creare un ambiente dove misurare i risultati, sperimentare con A/B test, prevedere gli impatti delle azioni e imparare da ogni esperienza, siano i pilastri fondamentali per il successo del team di lavoro.



Le sfide sono digitalizzare l'esperienza dell'acquisto in farmacia fisica avvicinandosi sempre di più al concetto di farmacia come presidio della salute e essere business sostenibili. Il cuore della proposta non può essere il prezzo basso, ma la qualità del servizio.

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'ecommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la redistribuzione del materiale e la duplicazione.

Alberto Maglione TALEA GROUP

Vice Presidente Esecutivo & Board Member



Le farmacie online possono essere anche un media oltre che un canale distributivo? Vedi spazi di crescita in tal senso?

Assolutamente sì. Le farmacie online non sono solo un canale distributivo, ma stanno diventando un media a tutti gli effetti grazie al crescente interesse verso il Retail Media. Con Talea Media, abbiamo trasformato i nostri spazi digitali in una piattaforma pubblicitaria altamente mirata, che consente ai brand di raggiungere il loro pubblico ideale proprio nel momento in cui si trova nel percorso d'acquisto.

Il valore di questo approccio risiede nei dati di prima parte che possiamo raccogliere: comprendiamo le abitudini di acquisto, le preferenze e le necessità dei nostri clienti in maniera approfondita, garantendo il massimo rispetto delle normative sulla privacy. Questi dati ci permettono di creare campagne pubblicitarie efficaci, sia on-site sui nostri portali che off-site, attraverso partnership strategiche.

Il potenziale di crescita è enorme. L'aumento dell'eCommerce nel settore salute e benessere offre opportunità per brand endemici e non di utilizzare questi spazi non solo per promuovere i loro prodotti, ma anche per costruire una relazione di fiducia con i consumatori. Talea Media si pone esattamente in questa direzione, offrendo soluzioni innovative di Inventory Monetization e Data Monetization per coniugare efficacia pubblicitaria e servizio al cliente.

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'eCommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.



Quali sono le principali sfide tecnologiche che vedi nei prossimi anni?

Le sfide tecnologiche dei prossimi anni ruotano intorno alla capacità di integrare automazione, dati e innovazione per migliorare l'efficienza operativa e rispondere alle aspettative dei clienti. Per Talea Group, un esempio concreto è l'investimento nel nostro nuovo hub logistico di Nichelino, un'infrastruttura automatizzata che rappresenta un pilastro strategico per garantire velocità, precisione e scalabilità nei processi di distribuzione. Grazie a tecnologie mirate infatti, oggi siamo in grado di evadere fino a 70.000 righe d'ordine al giorno, mantenendo un elevato livello di accuratezza e ottimizzando i costi operativi, abbassando l'incidenza di un 30%.

Questa evoluzione non riguarda solo la logistica, ma si estende anche alla gestione dei dati e alla personalizzazione delle esperienze cliente, elementi sempre più centrali in un contesto competitivo e in rapido cambiamento. Le aziende dovranno essere in grado di sfruttare al meglio queste tecnologie, bilanciando efficienza operativa e innovazione, per mantenere un vantaggio competitivo sostenibile.

La sfida tecnologica non è solo adottare nuove soluzioni, ma integrarle in modo strategico per creare valore a lungo termine e continuare a offrire ai nostri clienti e partner un servizio di qualità.



Le farmacie online non sono solo un canale distributivo, ma stanno diventando un media a tutti gli effetti grazie al crescente interesse verso il Retail Media.

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'ecommerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la ridistribuzione del materiale e la duplicazione.

UN EVENTO DEDICATO AD APPROFONDIRE L'ECOMMERCE PER FARMACIE E PARAFARMACIE

Il 31 gennaio e 1 febbraio, a Bologna, si terrà la prima edizione di Ecommerce Beauty & Pharma Conference, un Summit verticale sulla vendita online nel settore cosmetico e farmaceutico.

Sono attesi 1.500 professionisti di settore, tra Responsabili Marketing, CEO, Responsabili IT e di Logistica, che operano nel settore Health Care.

La conferenza accoglierà relatori di altissimo livello, provenienti da aziende leader nel settore. Tra i nomi già confermati, spiccano **Francesco Zaccariello**, Managing Director Italy di Atida eFarma, **Carola Cravedi**, Digital content & CRM Manager di Equilibra, **Carlo Bianchini**, General Manager di Rouji e CEO di Rebeya, **Alberto Maglione**, Vice Presidente Esecutivo e Consigliere di Amministrazione di Talea Group, **Enrico Deabate**, CFO di Cooper Consumer Health, **Elena Midolo**, CEO di Clio Make Up, **Antonio Donà**, Chief Revenue Officer di Passione Beauty. Questi e moltissimi altri relatori condivideranno le loro esperienze e strategie vincenti, mettendo a fattor comune le conoscenze del segmento digitale nel settore del Beauty e del Pharma.

Se è vero che l'e-commerce è un'opportunità e che la probabilità di successo online è direttamente proporzionale alle conoscenze del settore, allora **Ecommerce Beauty & Pharma è un evento da non perdere.**

Per scoprire il programma degli speech e ottenere maggiori informazioni per partecipare, visita il sito ufficiale dell'evento: **[Ecommerce Beauty & Pharma Conference.](#)**

Partecipa al primo evento nazionale dedicato
all'e-commerce per farmacie e parafarmacie

Tutti i Diritti sono riservati, protetti da diritto d'autore, DMCA ed esclusivi di:
ECOMMERCE SCHOOL S.R.L. Via Copernico 38 Milano - 20124 P.IVA: 11821880967
È severamente vietata la redistribuzione del materiale e la duplicazione.



ACCEDI A UNO

SCONTO DEL 20%

sul ticket con il codice **B&P20**

FORMA IL TUO TEAM

Approfitta di un ticket multiplo e risparmia sul prezzo per più persone.



Coupon 2x1

PORTA UN COLLEGA!

Due persone al prezzo di una.

Usa il codice
B&P-2X1



Coupon 5x2

VIENI CON IL TEAM!

Cinque persone al prezzo di due.

Usa il codice
B&P-5X2

**VALIDO
FINO AL
15/01**

[ecommerceschool](http://ecommerceschool.it)

media partner

Kosmetica

Farmacia News

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'e-commerce per farmacie e parafarmacie

ECOMMERCE BEAUTY & PHARMA CONFERENCE

Partecipa al primo evento nazionale dedicato all'e-commerce per farmacie e parafarmacie

31 GENNAIO E 1 FEBBRAIO 2025
BOLOGNA

ecommerceschool 

media partner

Kosmetica

Farmacia News