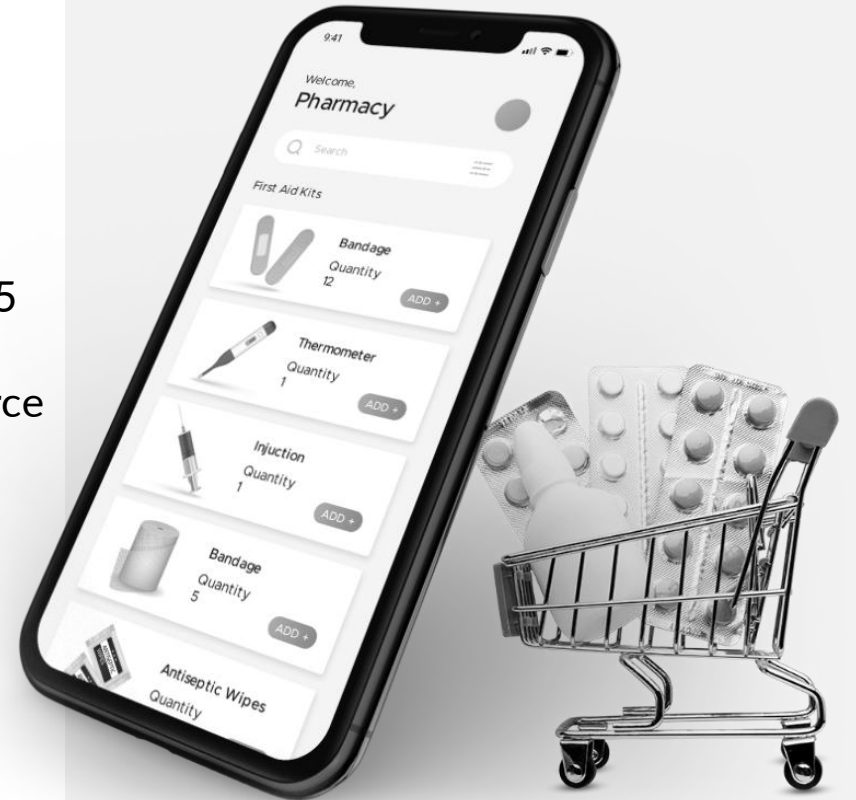


# Osservatorio HEALTH&PHARMA e-commerce Prezzi e assortimenti

Anno 2025

# Cos'è l'Osservatorio PHARMA e-commerce?

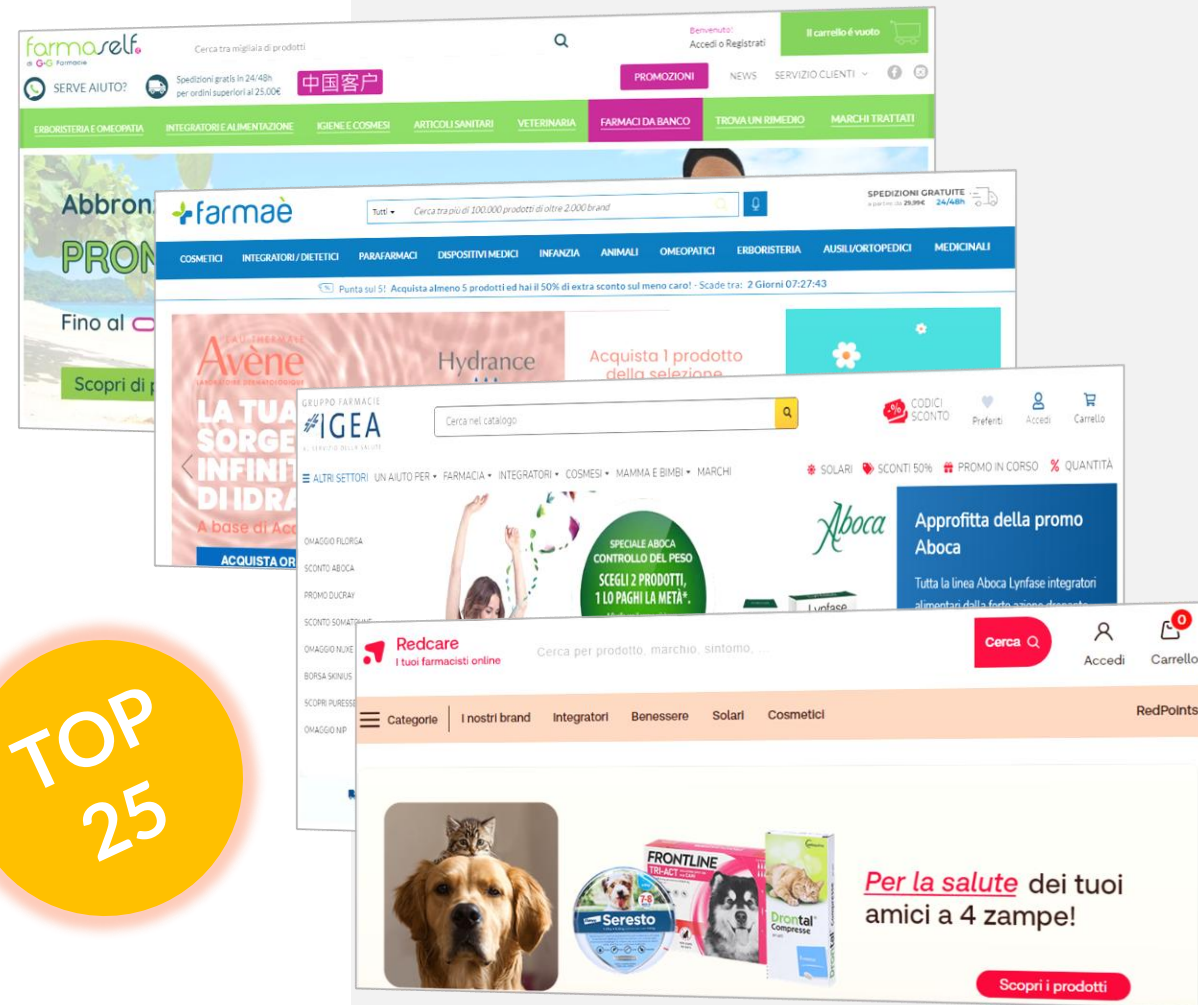
- Macro-dati su assortimenti e prezzi del mondo e-commerce PHARMA in Italia
- Fonti dati
  - Web Promo: monitoraggio continuativo delle Campagne Web dei Top25 siti di e-commerce
  - Web continuativo: monitoraggio «full-store» dei Top25 siti di e-commerce
- Cadenza annuale
- Secondo appuntamento: fotografia 2025



# Cosa intendiamo con «Web promo»?

- Con il termine «Web Promo» intendiamo il **monitoraggio delle campagne promozionali** ospitate sui siti da banner, slider, etc
- Caratterizzate da un titolo, una creatività grafica, delle date di validità e da un sottoinsieme di prodotti
- Possono essere di marca, di categoria, di stagione, etc.

TOP 25



# Cosa intendiamo con «Web»?

- Con il termine «Web» intendiamo il **monitoraggio settimanale dell'intero assortimento** esposto dalle farmacie online
- Del singolo minisan prendiamo presenza, prezzo, sconto e out-of-stock

TOP  
50



# Il campione di analisi

WEB PROMO

TOP25  
siti

15.453  
Campagne

4.350.774  
Osservazioni di  
prezzo

TOP25  
siti

WEB

70.865.949  
Osservazioni di  
prezzo

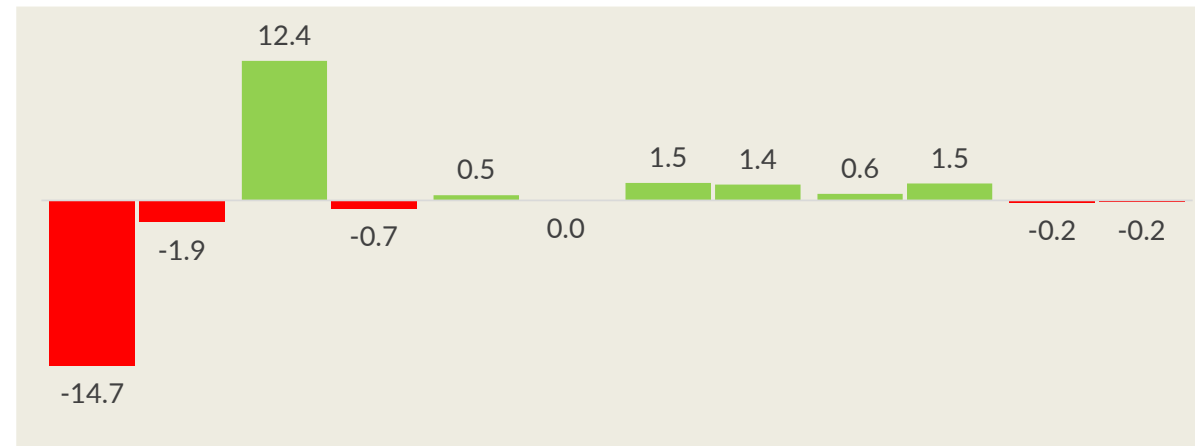
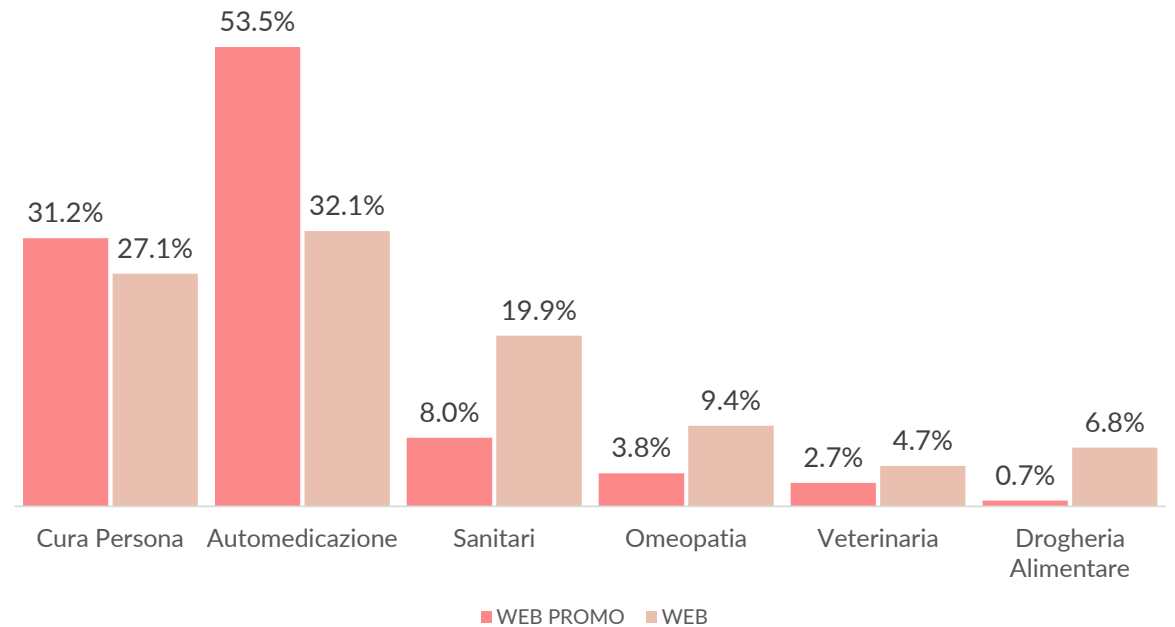
# Assortimenti

Anno 2025

# Mix assortimentale (1/2)

Macrocategorie

- **Web Promo: aumenta molto «Automedicazione»**
- Le prime due Macrocategorie fanno quasi l'85%, contro meno del 60% del Web
- **Poca Omeopatia (ma in crescita), Sanitari e Drogheria nel Web Promo**
- **Veterinaria in crescita**

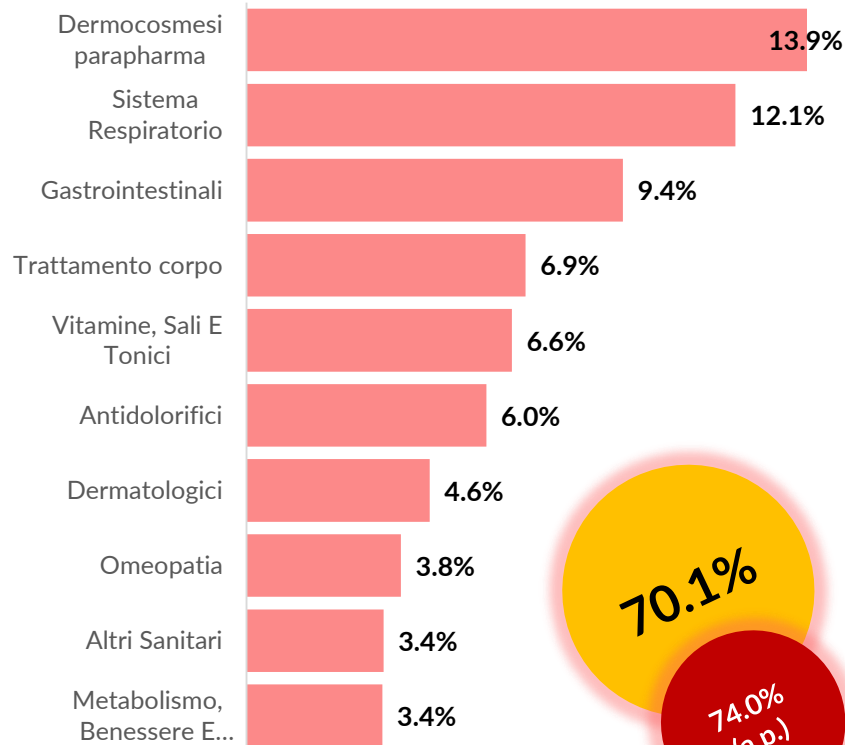


# Mix assortimentale (2/2)

Top 10 Categorie

- Web Promo MOLTO polarizzato: le Top10 Categorie fanno oltre il 70% della visibilità
- Web promo: fortissima Dermocosmesi (13.9%)
- Omeopatia prima categoria nel Web
- Top10 Categorie in calo di visibilità su entrambi i canali

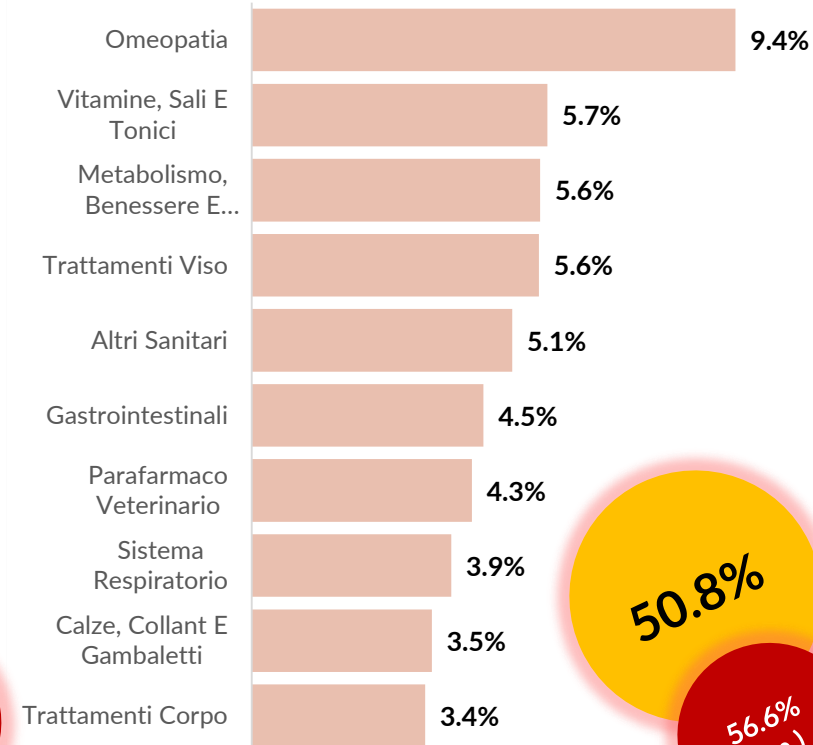
WEB PROMO



70.1%

74.0%  
(a.p.)

WEB



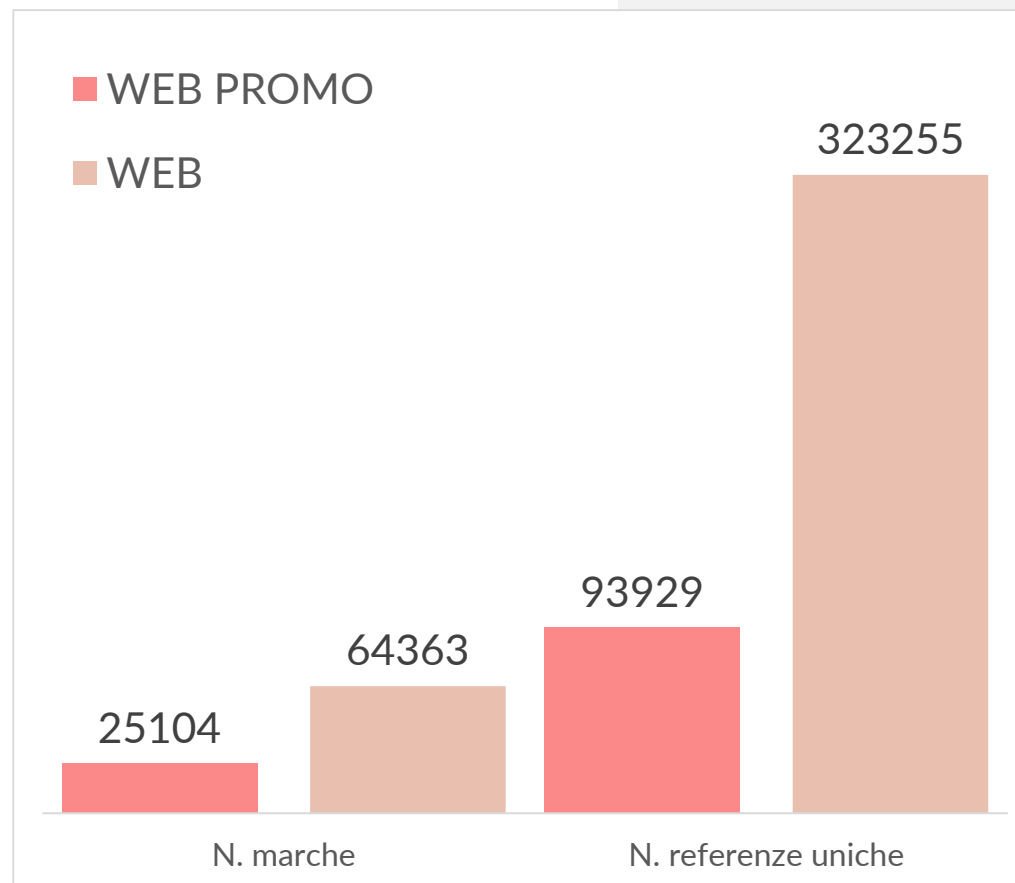
50.8%

56.6%  
(a.p.)

# Marche e referenze

Confronto tra Web Promo e Web

- Le Web Promo sono una vetrina privilegiata: i marchi che hanno ruotato nel 2024 sono **quasi un terzo rispetto al Web**
- Web promo: ogni brand **presidia meno referenze** > **selezione più mirata e focalizzata** dei prodotti in promo rispetto all'offerta complessiva.



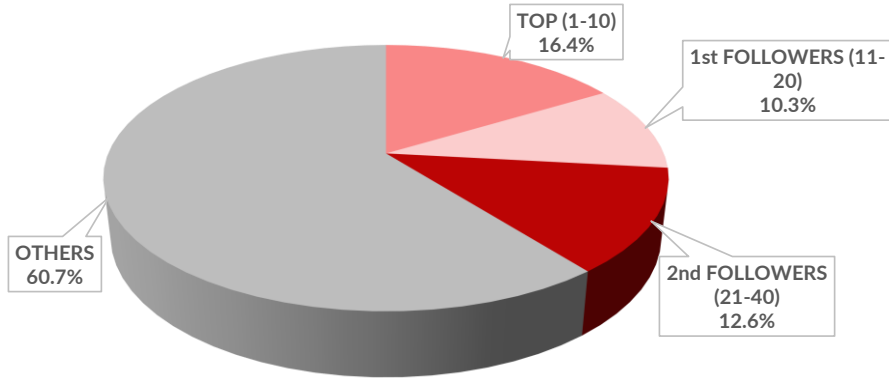
Ref/Marche

3.74

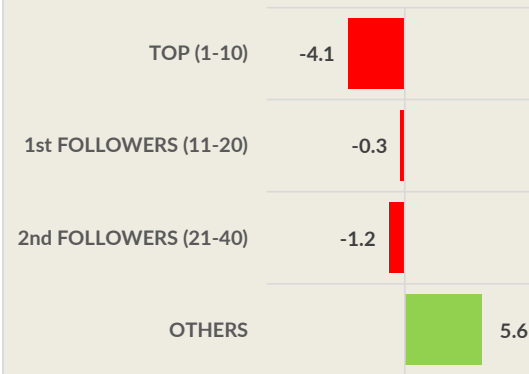
5.02

# Concentrazione

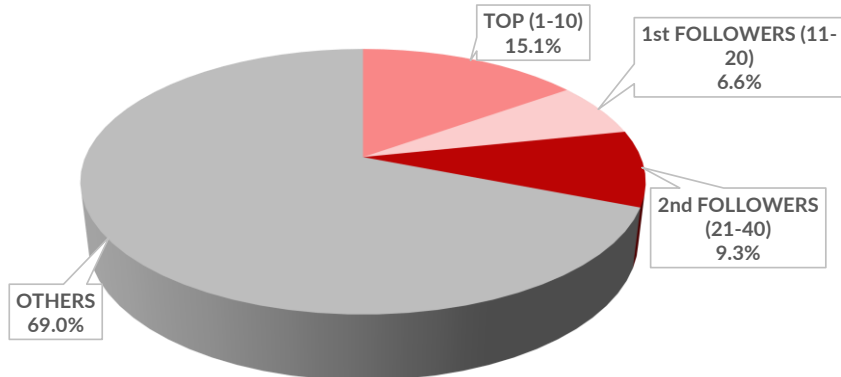
WEB PROMO



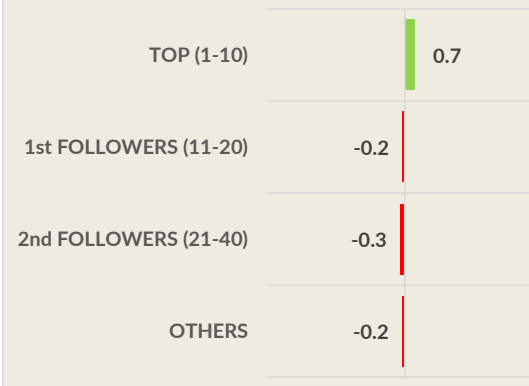
DELTA WEB PROMO vs A.P.



WEB



DELTA WEB vs A.P.



A ulteriore conferma del fatto che le Web Promo sono una vetrina privilegiata (e costosa?): **le top 40 aziende presidiano il 40% della visibilità, contro il 30% del Web**

La «coda lunga» si fa strada nelle Web Promo > **maggiore attenzione?**

# Incidenza di OOS e Promo

# L'OOS (Out of Stock) nelle rilevazioni web

- Nella nostra rilevazione, OOS (Out of Stock) indica un prodotto esposto su un sito, ma indicato come «Non disponibile»
- Consideriamo come OOS anche i prodotti esposti, ma senza prezzo, quindi non acquistabili

Prezzo listino **Il tuo prezzo** Risparmi<sup>2</sup>

200 ml €22,20 € 15,57 -30%

Al momento non disponibile

Quantità: 1 [Notifica di disponibilità](#)

[Aggiungi ai preferiti](#) [Condividi](#) [Consulenza farmaceutica](#)

PREZZO SPECIALE

PIPERINA FORTE 60 CPS

€33,00 € 29,59

NON DISPONIBILE

-9%

ALBAPREV INTEGRATORE ALIMENTARE 30 COMPRESSE

16,90€ ~~18,50€~~

AVVISAMI

Clialine Integratore Dimagrante con Fucoxantina 60 Compresse

Clialine Integratore Dimagrante con Fucoxantina 60 Compresse

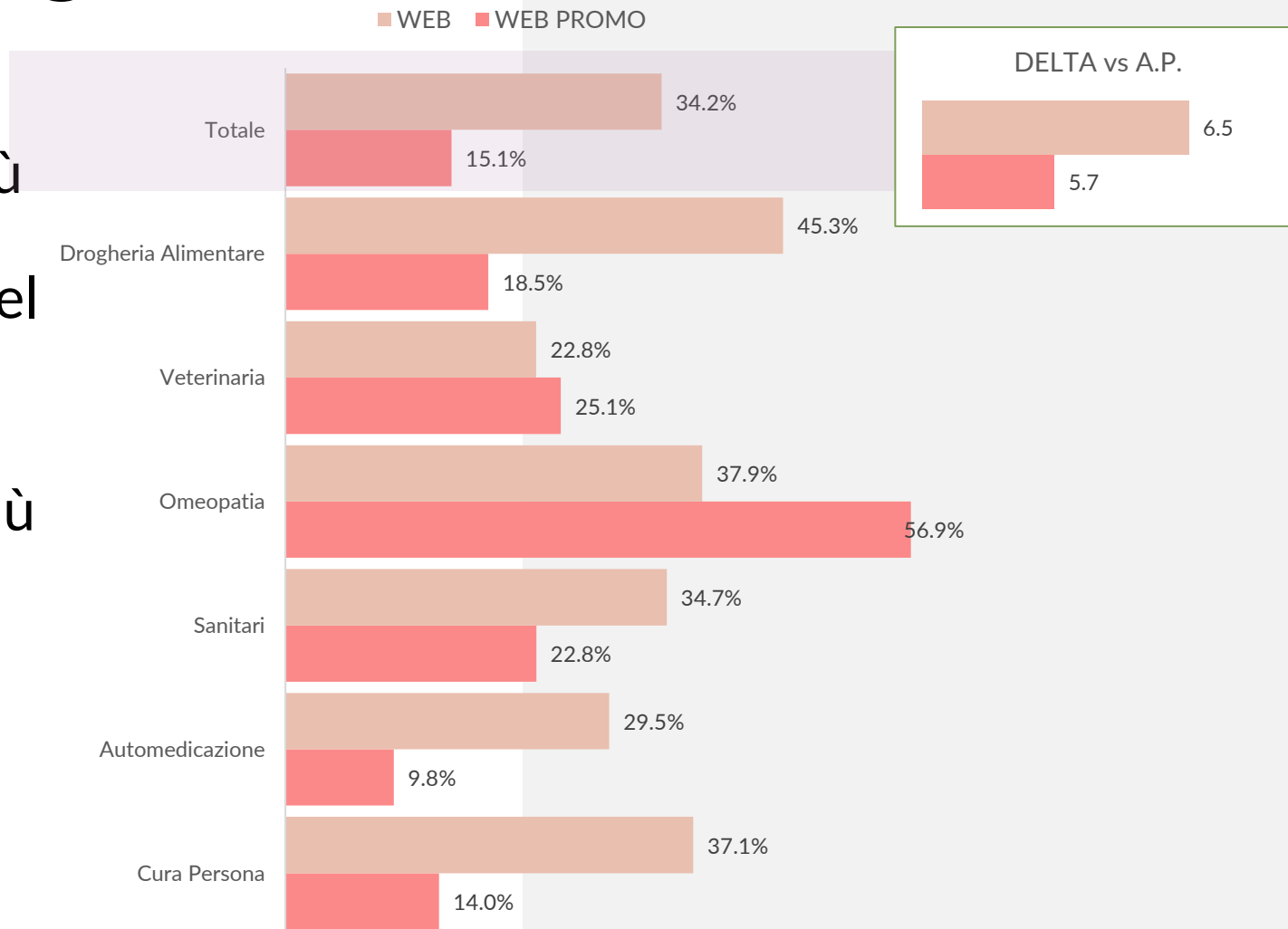
Prezzo listino 16,90€  
Risparmio -20%  
Prezzo eFarma 13,52 €  
da 12,98 €

Non Disponibile

Vedi il prodotto

# OOS per Macrocategoria

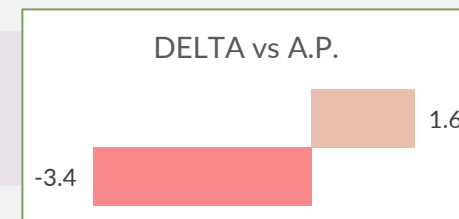
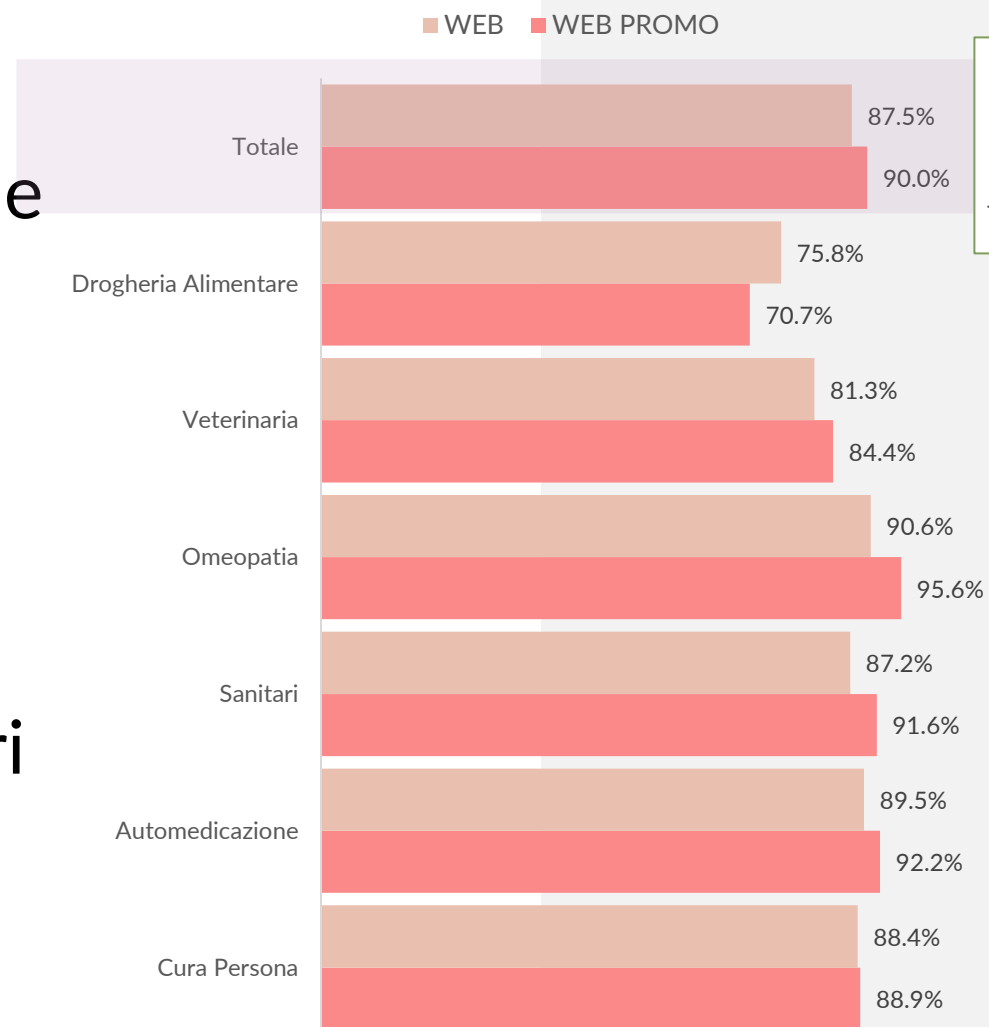
- Il Web è ovviamente il canale più esposto al fenomeno, con un 34.2% di OOS contro il 15.1% del Web Promo
- Web: Drogheria, Sanitari e Omeopatia le Macrocategorie più colpite
- Web Promo: Omeopatia e Veterinaria
- Aumento vs A.P.**
  - Effetto «Vetrina infinita»
  - Con qualche effetto strano...



# Incidenza degli Sconti

Quante osservazioni sono «in promo»?

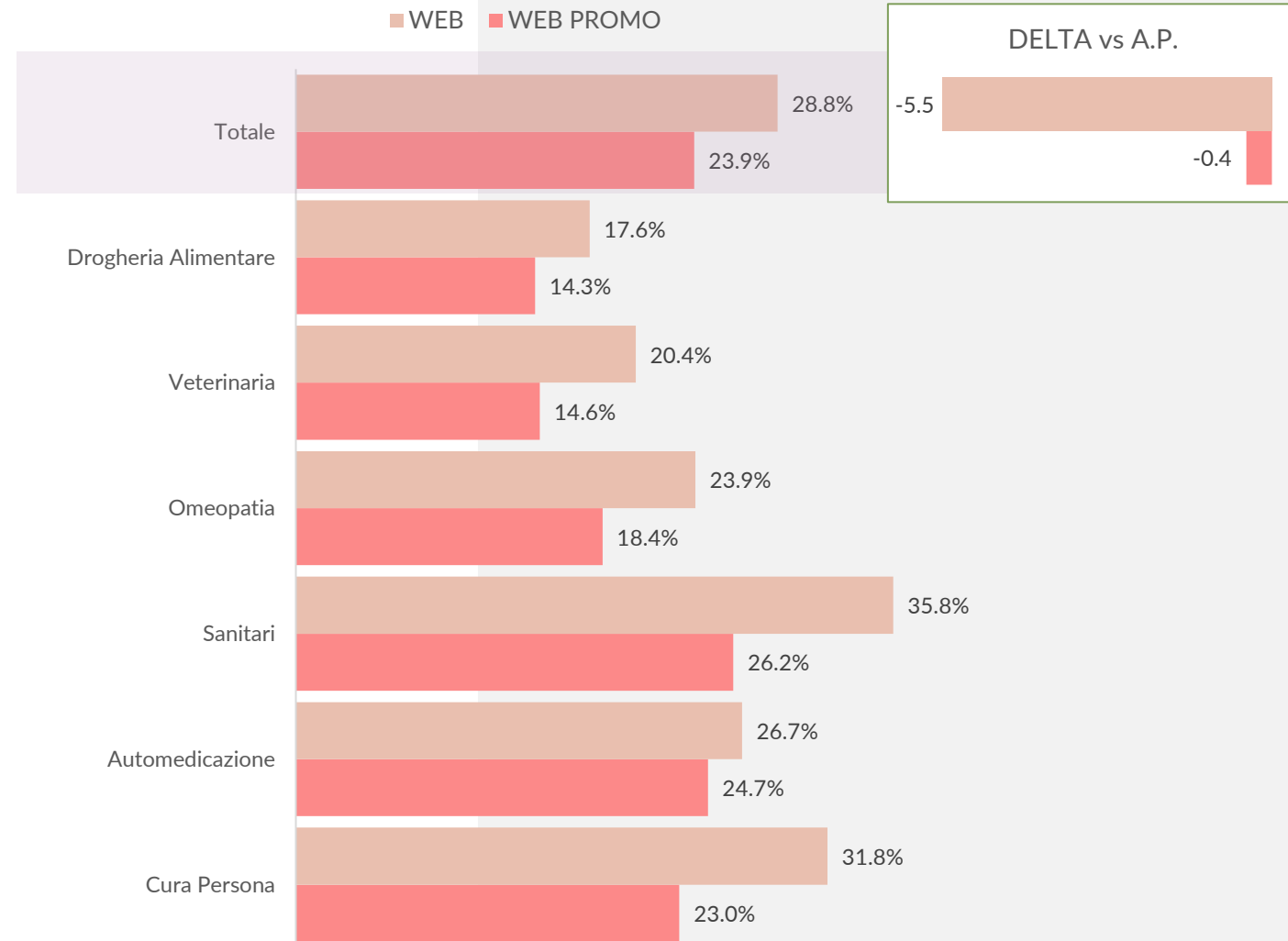
- Conferma della strana fusione di «Hi-Low» e «EDLP» tipica di questo canale: è tutto in promo, sempre, tutto con taglio prezzo dichiarato
- Su entrambi i canali arriva attorno al 90%
- Dato medio dell'online di altri mercati
  - Tech: tra il 2.5% e il 3% medio
  - FMCG: tra 1.3% e 1.5%



# Profondità MEDIA dei tagli prezzo

Sconto medio

- Il risultato è uno Sconto medio molto alto: 28.8% per il Web e 23.9% per il Web Promo
- **Sul Web, registriamo però una notevole diminuzione dello Sconto medio**
- **Stabile invece sul Web Promo**



# Prezzi

# Top10 Categorie per prezzo medio

Prezzo medio delle Categorie Web Promo vs Web

	WEB PROMO	
1	Igiene Pet	€ 47.42
2	Elettromedicali	€ 41.25
3	Ortopedia	€ 39.51
4	Farmaco Veterinario	€ 30.12
5	Parafarmaco Veterinario	€ 29.92
6	Ormoni Sessuali	€ 26.46
7	Dermocosmesi parapharma	€ 26.41
8	Nutricosmetici	€ 26.26
9	Altri Sanitari	€ 26.18
10	Altro Automedicazione	€ 25.37
	<b>TOTALE WEB PROMO</b>	<b>€ 18.50</b>

+6.5%  
vs. a.p.

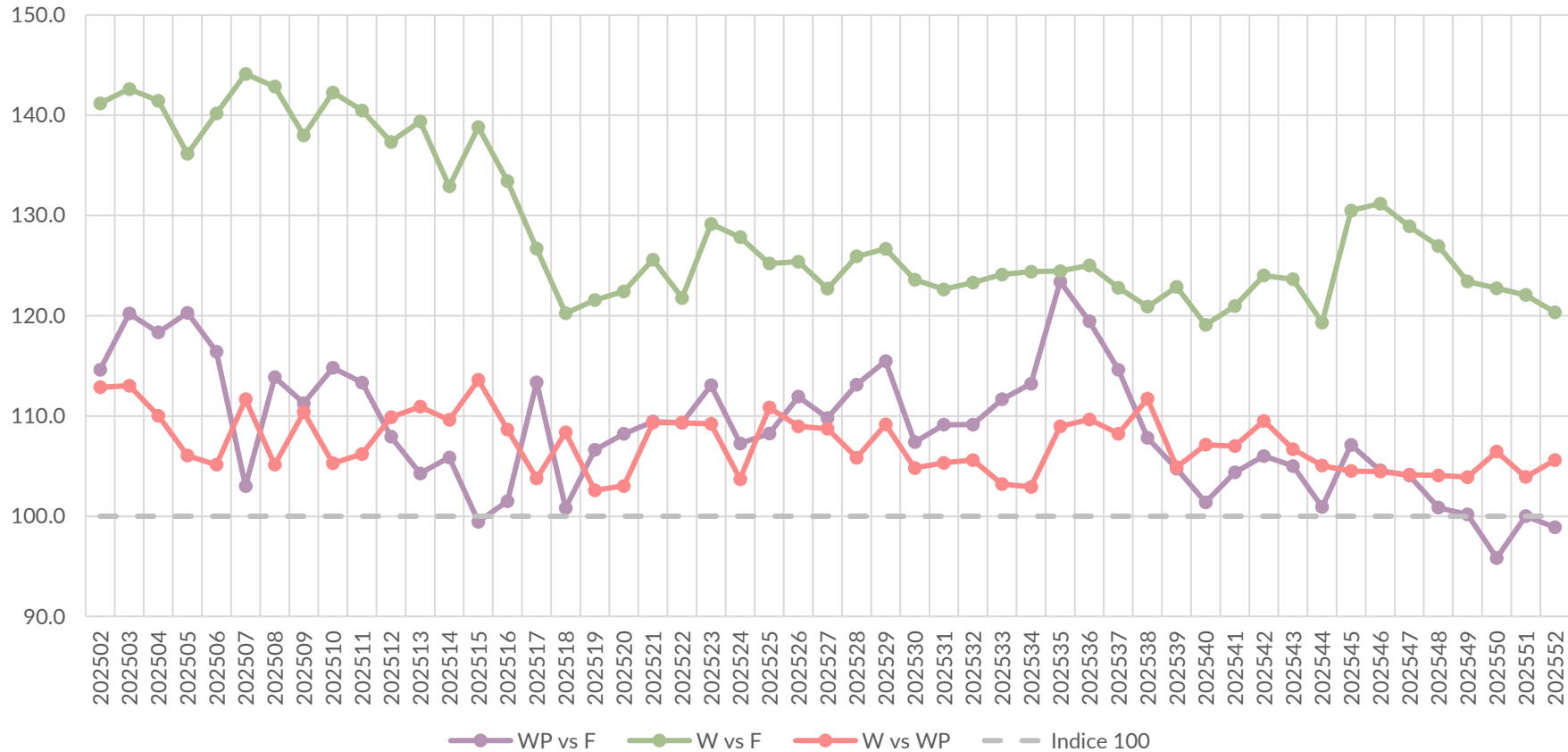
	WEB	
1	Farmaco Veterinario	€ 70.74
2	Ortopedia	€ 46.17
3	Elettromedicali	€ 41.30
4	Calze, Collant E Gambaletti	€ 38.58
5	Presidi In Convenzione	€ 35.09
6	Alimenti Destinati A Fini Medici Speciali	€ 33.69
7	Trattamenti Viso	€ 30.28
8	Ormoni Sessuali E Modulatori Del Sistema Genitale	€ 26.23
9	Profumi	€ 26.18
10	Nutricosmetici	€ 25.13
	<b>TOTALE WEB</b>	<b>€ 19.17</b>

+0.53%  
vs. a.p.

- La battuta di cassa media del Web Promo (per le top10 Sottocategorie per prezzo medio) è di poco inferiore a quella del Web: 18.50€ contro i 19.17€ del Web
- In crescita evidente i prezzi nel mondo Web Promo (+6.5%)
- In comune tra le Top10 Categorie per prezzo medio tra i due canali troviamo 4 Categorie: Farmaco Veterinario, Ortopedia, Elettromedicali, Nutricosmetici

# Indici di prezzo: Online/Flyer, Online/Online

Ci mettiamo un po' di fisico: 1/2



## SOVRAPPOSIZIONI

Media Web Promo/Flyer: 1173.2

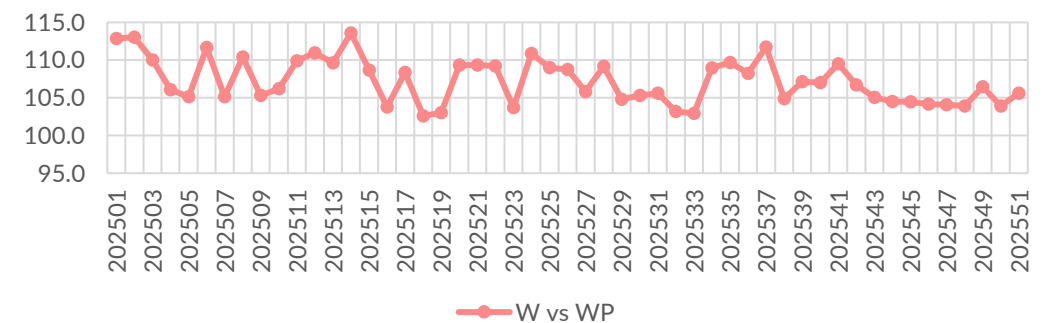
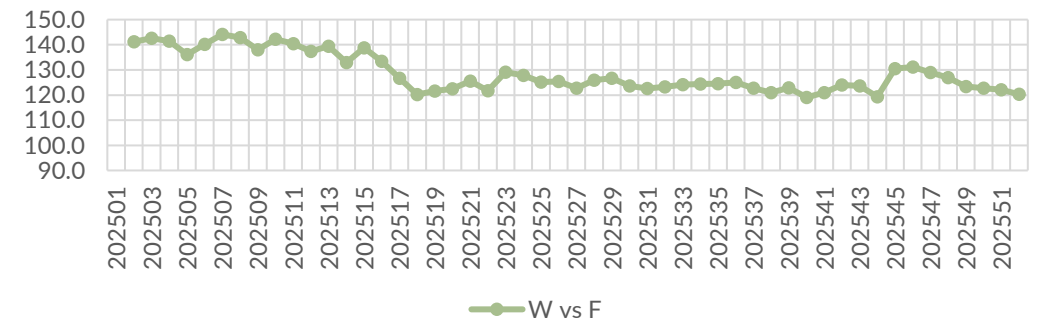
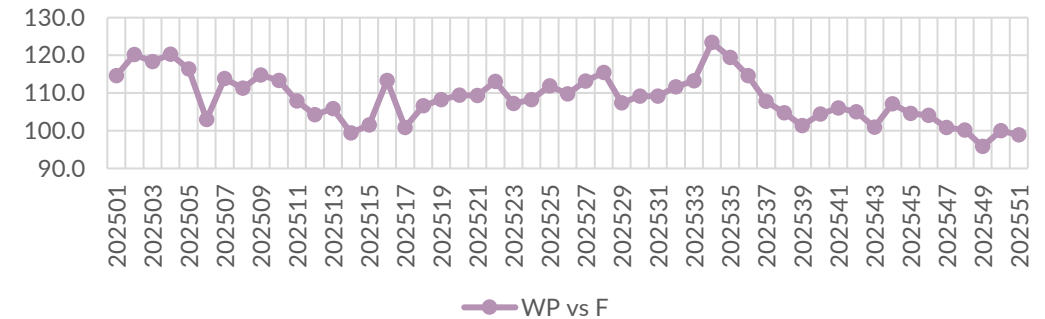
Media Web/Flyer: 1631.4

Media Web/ Web Promo: 34956.3

# Indici di prezzo: Online/Flyer, Online/Online

Ci mettiamo un po' di fisico: 2/2

- Sia Web Promo che Web sono decisamente più cari del volantino
  - Media sovrapposizioni (referenze comuni):
    - WP vs F: 1173
    - W vs F: 1631
- Quando invece entriamo «nello stesso spazio», si ripropone la logica promozionale, con il Web che costa mediamente un 7% in più rispetto al Web Promo
  - Media sovrapposizioni W vs WP: 34956



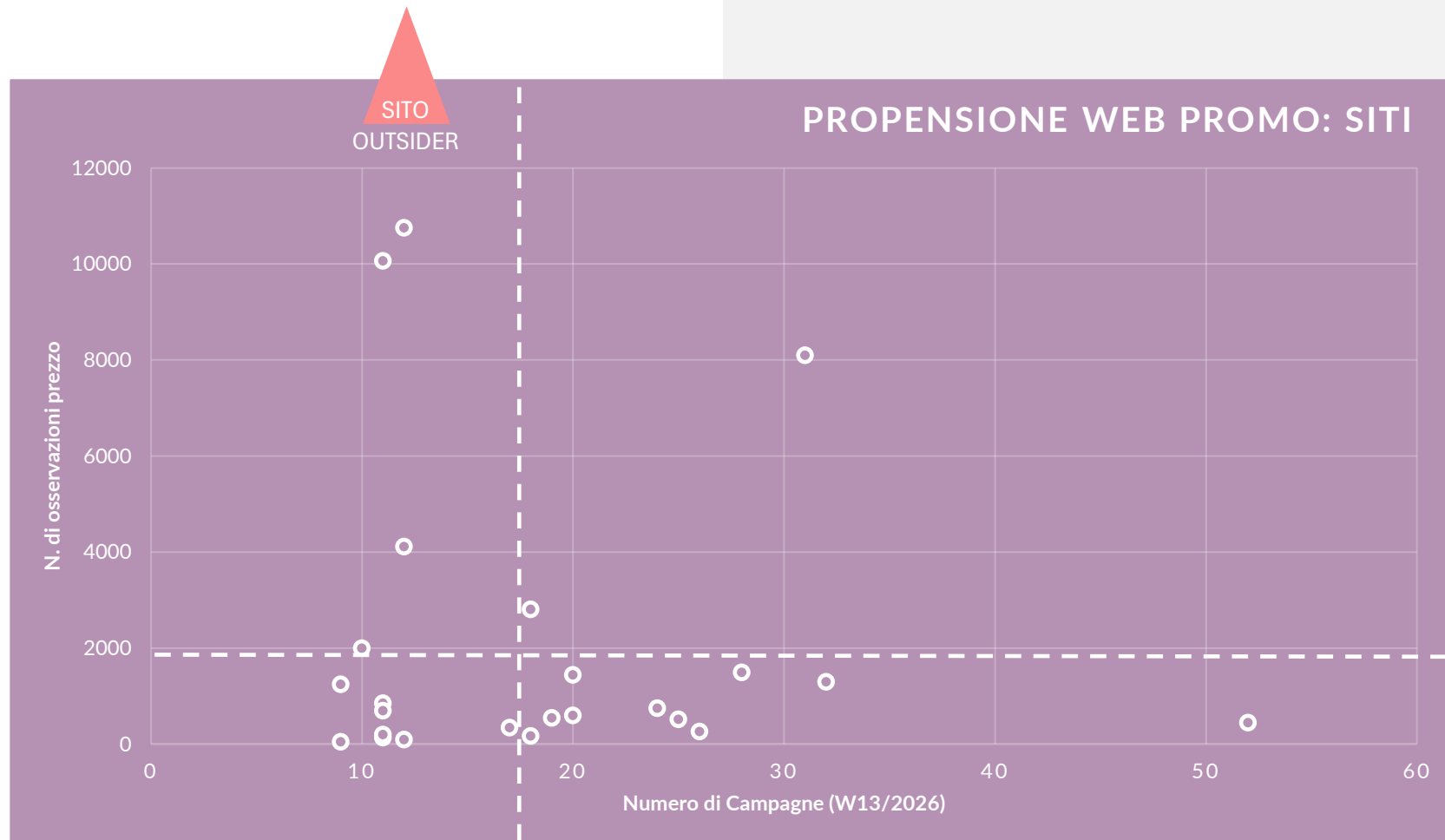
# La propensione al promozionale

Approfondimento: E-retailer e Aziende sono tutti uguali rispetto alle Web Promo?

# Web Promo: utilizzo da parte degli e-retailer

Fotografia W13/2026

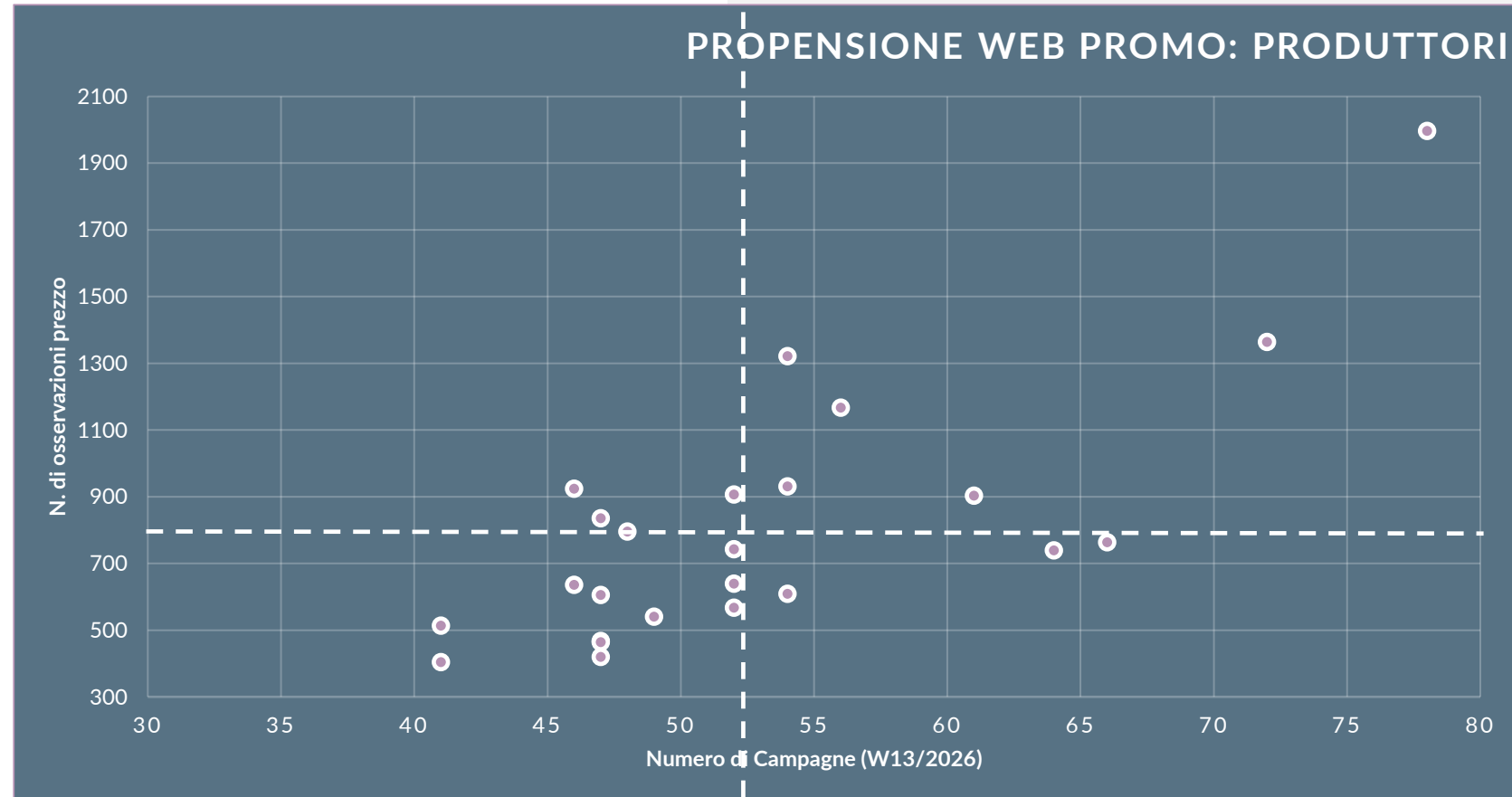
- Molto eterogenee sono le scelte editoriali in tema di utilizzo del media «Web promo»
- Molti i siti «timidi»: poche campagne con pochi prodotti nella settimana
- Altri puntano alle tante campagne, ma soprattutto monomarca (quindi con pochi prodotti)
- Altri ancora con poche campagne ma con vasto assortimento
- C'è poi un «outsider» con 18 Campagne e oltre 61K prodotti!



# Web Promo: utilizzo da parte delle Aziende

Fotografia W13/2026

- Anche per le Top 25 Aziende, l'investimento in attività promozionali comunicate è eterogeneo
- Alle (diverse) aziende più «timide», se ne contrappongono due che spingono
- Da notare le scelte selettive di alcune aziende che decidono di puntare o sulla presenza distribuita, o su quella concentrata, ma con assortimenti ampi



# Conclusioni

# L'online del pharma nel 2025 è stato caratterizzato da:

- Inversione di tendenza delle Web Promo: tanta **Automedicazione a scapito della Cura Persona**. Crescono su entrambi i canali Omeopatia e Veterinaria. Mercato Web Promo meno concentrato, stabile quello del Web
- Si conferma un utilizzo del **taglio prezzo ancora da calibrare**: si corre il rischio di annullarne l'impatto. Ancora tanto OOS rispetto ad altri mercati
- **Online è decisamente più caro**, sia rispetto al promozionale dello stesso veicolo, che del volantino fisico
- Approccio alle Web Promo: **molto eterogeneo da parte di Retailer e Aziende**

# ■ Disponibilità dell'Osservatorio PHARMA

L'Osservatorio PHARMA è disponibile, in formato PDF, sul sito Netcomm al seguente link:

<https://www.consozionetcomm.it/servizi/studi-e-ricerche/>

# A proposito di QBerg:

- QBerg è un istituto di ricerca attivo dal 2005 nei mercati dei Beni Durevoli, FMCG, Pharma, Pet Care, DIY
- Ci occupiamo di **Price Intelligence**: monitoriamo prezzi ed assortimenti su:
  - Flyer promozionali
  - Store fisici
  - Siti di **e-commerce**
- Siamo Business Partner Netcomm da Settembre 2019



[www.qberg.com](http://www.qberg.com)

[fabrizio.pavone@qberg.com](mailto:fabrizio.pavone@qberg.com)

[in <https://it.linkedin.com/company/qberg>](https://it.linkedin.com/company/qberg)