EXPHARMA

ANALISI DELLE CONVERSAZIONI ONLINE SUL MONDO FARMACEUTICO

CULTUR-E
DIGITAL MEDIA

OTTOBRE | 2017

Un paese innamorato del cibo, meno delle medicine

Il sistema respiratorio è la terza causa di morte tra la popolazione italiana (Fonte: Ministero della Salute italiano). Inoltre, l'incidenza di alcune forme di allergia come l'asma, la rinite e la dermatite atopica sono raddoppiate o triplicate negli ultimi decenni.

Secondo i dati presentati ad un congresso promosso dall'Università di Parma, la percentuale di **italiani che soffrono di allergia** è aumentata dal 10% negli anni '50 al 30% a oggi, con picchi più alti nei giovanissimi.

Nonostante ciò, la nostra ricerca mostra che l'argomento più discusso online tra gli italiani è il cibo, mentre il sistema respiratorio è quello che mostra il minor numero di post e interazioni.

Mancanza di interesse o mancato intervento del mondo farmaceutico?

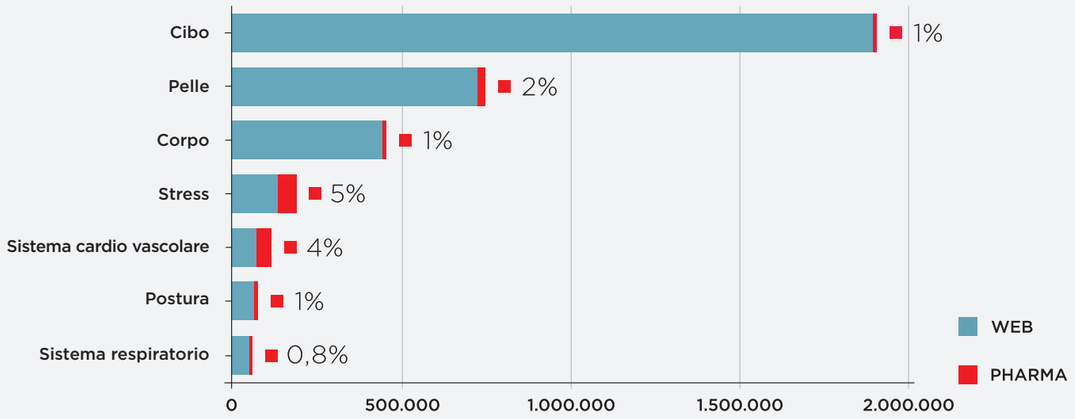
Non è una sorpresa vedere il cibo al primo posto della lista degli argomenti più discussi. Gli italiani hanno un **amore sconsiderato per il cibo** e questo si manifesta online come in ogni altro aspetto della vita quotidiana. Ma è sorprendente che esista così poco dialogo in Rete tra il pubblico italiano, brand e istituti farmaceutici su un problema che colpisce una grande parte della popolazione come l'asma.

Come indicato dai dati, da gennaio a giugno 2017 gli italiani hanno **discusso di cibo in quasi 200.000 conversazioni**, generando un numero equivalente di interazioni, in particolare su Instagram, il popolare social delle immagini dove è di moda pubblicare foto di piatti deliziosi esibiti al ristorante o fatti in casa con successo. Su questo tema l'1% dei contenuti intercettati relativi prodotti acquistabili in farmacia consiste principalmente in commenti relativi a prodotti biologici e senza glutine.

Gli italiani parlano principalmente di cibo, pelle e benessere fisico, ma in questi argomenti non troviamo una grande quantità di discussioni relative a prodotti e servizi farmaceutici.

Come si può notare dalla tabella, le percentuali sono **significativamente sproporzionate** rispetto al volume totale delle conversazioni, raffigurando uno scenario in cui le persone parlano molto di certe problematiche mediche da un lato, ma dall'altra ignorano trattamenti, terapie e consigli forniti da brand e istituti farmaceutici certificati. Ciò è dovuto in parte dall'intervento minimo di questo settore, che si astiene dall'intercettare conversazioni e dubbi degli utenti.

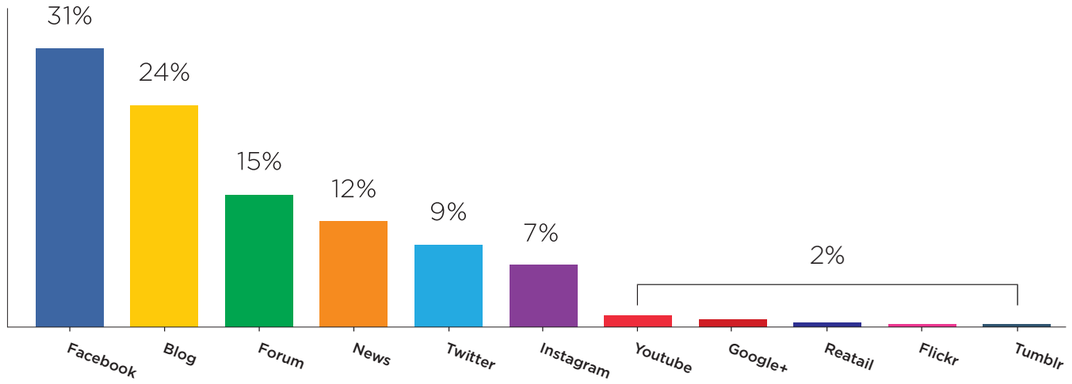
Volumi delle conversazioni su sette aspetti della salute e su prodotti e servizi farmaceutici da Gennaio a Giugno 2017.



Sistema respiratorio: perché così impopolare?

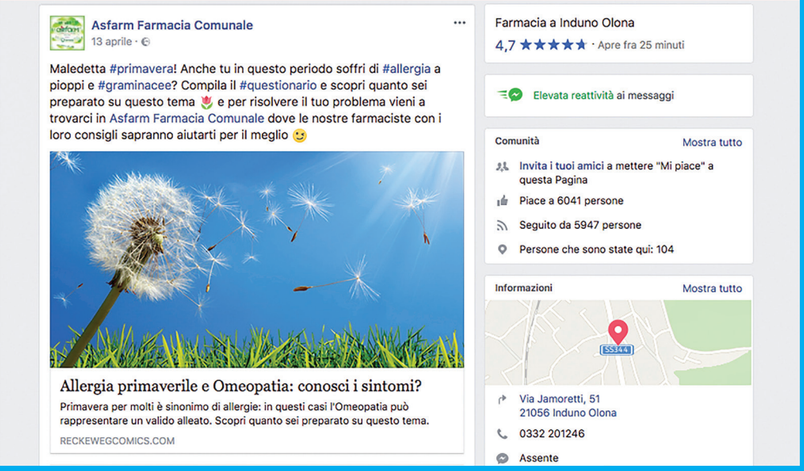
Posts	Interactions	Reach	Engagement Rate
27,061	26,146	29,836	18%
▲ 34%	▲ 20%	▲ 23%	

Gli italiani discutono di questioni legate all'apparato respiratorio in modo abbastanza omogeneo in tutti i canali, in primo luogo su Facebook, blog e forum.
Allo stesso tempo, il **livello di engagement** risulta inferiore al 20%. Un dato significativo perché indica che gli utenti non sono particolarmente incoraggiati a portare avanti una discussione sul tema. Infatti, i post raggiungono un totale di 27.000 ma ciascuno di essi genera una sola interazione.
All'interno dei blog le discussioni degli utenti riguardano l'influenza dell'inquinamento sul nostro benessere fisico e mentale, come anche le recensioni dei cosmetici o il racconto di vicende personali legate all'allergia.
Le conversazioni su Facebook sono invece più focalizzate su **cancro ai polmoni e asma** e avvengono per la gran parte su quotidiani online come Fanpage.it e Jeda News.
Quando la gente parla di farmaci relativi al sistema respiratorio, i post e le interazioni si verificano solo su forum dedicati, in relazione a notizie d'attualità e riferendosi prevalentemente ai metodi per smettere di fumare, alle sigarette elettroniche e il cancro ai polmoni.
Su questi temi **si evidenzia la partecipazione delle farmacie**, che intervengono in Rete dando consigli su rimedi per l'allergia, ma il contenuto complessivamente prodotto dal mondo farmaceutico corrisponde ad una percentuale molto bassa. Per questo motivo gli attori di questo settore dovrebbero interagire maggiormente con gli utenti per rispondere alle loro domande.



Distribuzione sui diversi canali delle conversazioni sul sistema respiratorio da Gennaio a Giugno 2017.

1 Interazioni totali
1 Like
1 Persone



15 Interazioni totali **2** Persone

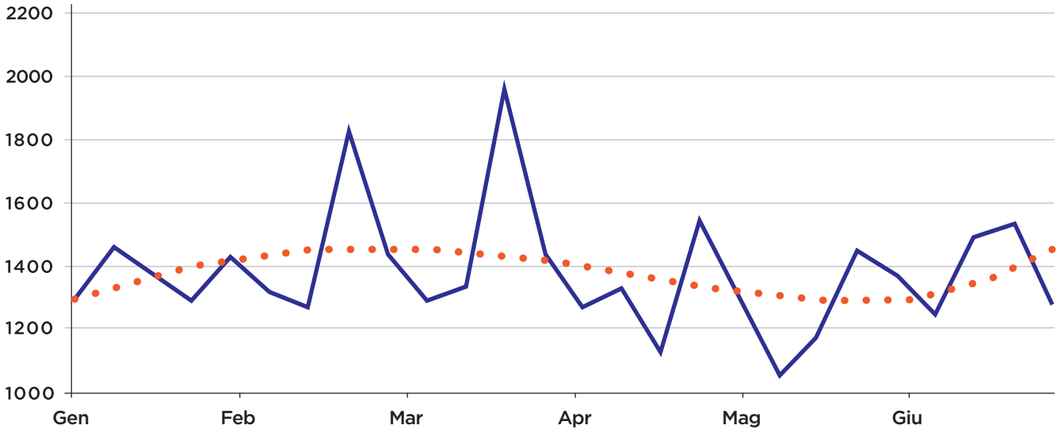
10 Interazioni totali **4** Persone

6 Interazioni totali
1 Commenti
5 Like
3 Persone

Esempi di post pubblicati sui principali social network.

Allergia e asma: temi da intercettare

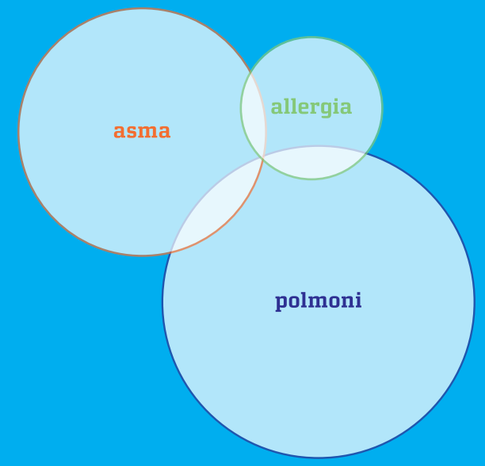
L'asma bronchiale e le allergie stagionali, se non gestite correttamente, possono essere difficili da curare poiché i fattori determinanti variano a seconda della persona e possono apparire improvvisamente da un giorno all'altro.
Probabilmente è per questo motivo che durante l'analisi delle conversazioni online abbiamo notato un **aumento di interesse sul tema durante i mesi primaverili**: due picchi di attività si sono verificati nelle settimane tra metà febbraio e fine di marzo, un periodo che coincide con l'arrivo delle allergie primaverili, quando molti utenti sono alla ricerca di consigli e rimedi, anche in Rete.
Anche per quanto riguarda le allergie, le persone sembrano preferire condividere le proprie esperienze personali e testimoniare sui più recenti rimedi casalinghi per curare fastidiosi raffreddori e disturbi stagionali.
Durante la nostra analisi abbiamo trovato tra i partecipanti online una best practice, l'Humanitas Research Hospital.
La strategia di comunicazione di questo ospedale milanese rappresenta un ottimo esempio di come un centro sanitario possa **ascoltare la propria comunità** e diventare una fonte attendibile di informazioni riguardanti cure e trattamenti medici. Le strutture sanitarie e i brand farmaceutici potrebbero muoversi in questa direzione, rafforzando la loro presenza online su diversi canali e diffondendo contenuti utili a pazienti e utenti interessati.



Asma: due picchi di attività nelle settimane tra metà Febbraio e fine Marzo 2017.

Contenuti più virali e parole chiave

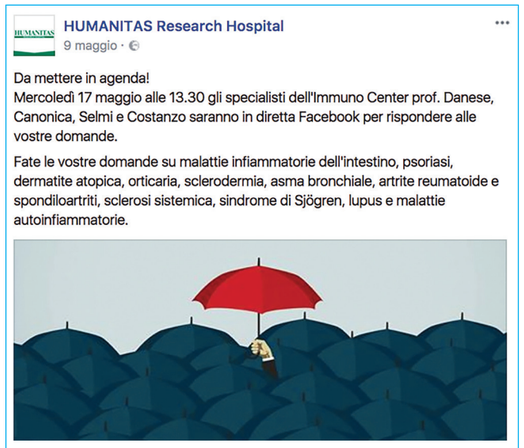
I contenuti più diffusi tra gli utenti sono articoli e post blog riguardanti i sintomi di allergie, terapie di **medicina alternativa** o semplicemente rimedi naturali e informazioni sulla rinite allergica.
Incrociando i contenuti intorno alle parole "asma" e "polmoni", abbiamo notato che le interazioni più significative sono generate dagli articoli di WellMe, magazine dedicato a benessere, bellezza e salute.



Tag cloud delle parole più utilizzate da Gennaio a Giugno 2017.

Humanitas Research Hospital: un esempio di best practice

All'interno delle conversazioni online in merito al sistema respiratorio abbiamo riscontrato numerosi opinion leader coinvolti.
Il profilo con la **miglior performance sui social media** risulta Rimedio Naturale, una webzine focalizzata esclusivamente su **prodotti bio e ricette naturali**. A seguire, la pagina Facebook del sindaco di Torino Chiara Appendino, primo politico nella lista influencer seguito solo da Michele Emiliano, presidente Regione Puglia. I contenuti di entrambe le figure politiche riguardano problemi legati all'inquinamento che possono verificarsi nel territorio che amministrano.
Tra i profili più influenti sul web troviamo anche diversi siti di quotidiani italiani come Repubblica, Jeda News e News.it. All'ottava posizione della classifica troviamo Humanitas Research Hospital, ospedale privato italiano con sede a Milano. Questo ospedale altamente specializzato ha avviato una significativa strategia di comunicazione online: attraverso la sua pagina Facebook informa **più di 500.000 fan** con aggiornamenti sui servizi dell'istituto e consigli su disturbi e trattamenti medici. Su Facebook, la clinica raggiunge un **elevato livello di engagement** soprattutto grazie ai video pubblicati. La struttura produce infatti diversi video brevi in cui i medici si rendono disponibili a **rispondere alle domande degli utenti** su diversi temi, sviluppando così un'attività di comunicazione costante e a beneficio di molti.



382 Interazioni totali **219** Persone

245 Interazioni totali **145** Persone

Profiles	Score	Reach	Impact	Quality
Rimedio naturale	100	100%	2%	61%
Jagermeister	94	61%	96%	52%
Jeda News	85	85%	5%	58%
Chiara Appendino	79	44%	100%	98%
fanpage.it	61	58%	14%	62%
MELAVERDE	56	34%	60%	57%
HUMANITAS Research Hospital	54	53%	6%	55%
Alessia Milanese TheChiliCool	42	27%	43%	53%
HuffPost Italia	37	36%	7%	56%
Repubblica.it	27	27%	2%	62%

Classifica degli utenti più influenti.