

Survey di Senior Italia, più di un anziano su due acquisti online di prodotti per la salute

R rifday.it/2022/05/12/survey-di-senior-italia-piu-di-un-anziano-su-due-acquisti-online-di-prodotti-per-la-salute/

RIFday

May 11, 2022



Roma, 12 maggio – *“FederAnziani, prende posizione in merito alla possibilità della vendita dei farmaci on-line. In primo luogo, FederAnziani ricorda che i risultati emersi da un’indagine condotta dalla European Alliance for Access to Safe Medicines (Eaasm) su più di cento siti che commercializzavano prodotti farmaceutici ha dimostrato che, in moltissimi casi, ci si trova di fronte a vere e proprie truffe”*. Correva l’anno 2010 quando, in un bellicoso comunicato, l’allora presidente di FederAnziani **Roberto Messina** (peraltro in nutrita compagnia) si schierava contro l’acquisto dei farmaci online, sostenendo l’irrinunciabilità del binomio farmaco-farmacista: *“Non è pensabile che la dispensazione dei medicinali possa avvenire al di fuori della tutela esercitata da un professionista”* scriveva FederAnziani.

Ma il tempo, inesorabile, passa e le cose cambiano. E con esse, è normale che cambino anche testa e partito: a distanza di 12 anni FederAnziani (che nel frattempo ha affinato, in termini di comunicazione, la sua identità, aggiungendo un elegante Senior Italia alla sua ragione sociale) è protagonista di una conferenza stampa dove viene presentata *lamiafarma.it*, nuova piattaforma e-commerce a misura di senior, pensata per coniugare un sano stile di vita con la salvaguardia del potere d’acquisto delle persone anziane.

Certo, non si poteva davvero pensare *“di tenere internet fuori dal comparto dei farmaci”*, come ebbe modo di dire, sempre nel 2010, l’allora ministro della Salute **Ferruccio Fazio**. E infatti, in poco più di un decennio, una pratica commerciale considerata una iattura e un pericolo da evitare non solo è diventata prassi di e per tutti (e non solo per fanatici e incauti “smanettoni”, dunque) maggiore. Siccome, da che mondo è mondo, se si vuole sopravvivere alle trasformazioni senza esserne travolti non v’è ltra strada che quella di adeguarsi e, magari, provarsi anche a cavalcarle, Senior Italia FederAnziani non ha

potuto sottrarsi alla regola, cercando in primo luogo di capire cosa è cambiato nella abitudini di acquisto degli over 60. E. per farlo, ha affidato al suo Centro studi una survey della quale riferiamo più avanti, realizzando – anche alla luce dei risultati emersi – la già ricordata piattaforma *lamiafarma.it*, progettata e costruita a misura di anziano e pensata per coniugare un sano stile di vita con la salvaguardia del potere d'acquisto delle persone senior.

Un progetto a molte mani: ideato da un'azienda di distribuzione di farmaci all'ingrosso umbra (la Vim G.Ottaviani SpA), è realizzato da Farmalife srl, società anch'essa umbra attiva nel commercio online di farmaci. il tutto in partnership con Senior Italia FederAnziani, Sispen (Sindacato italiano salute pensionati), la sigla nazionale dei medici di medicina generale Fimmg e il Sindacato unico medicina a



mbulatoriale italiana e professionalità dell'Area sanitaria.

“I senior di oggi sono sempre più digitali” afferma la presidente Senior Italia FederAnziani **Eleonora Selvi** (nella foto) *“e sempre più propensi all'acquisto online. In tanti, durante l'isolamento della pandemia, si sono avvicinati agli strumenti digitali rendendosi esperti alla pari dei loro nipoti. E' fondamentale supportarli in questa sempre maggiore confidenza con il web, per rispondere alle loro esigenze e per offrire loro canali affidabili. Più cresce il loro interesse per queste modalità di acquisto, infatti, più aumenta la loro esposizione ai rischi che troppo spesso la 'giungla' del web nasconde. A maggior ragione quando la loro esigenza spesso è quella di prodotti legati al benessere, alla nutraceutica, alla cura di sé”.*

L'indagine

Più di un anziano su due effettua acquisti online, soprattutto di prodotti per la salute, il benessere, la tecnologia, la cura degli animali, motivati dalla comodità di acquisto con consegna a domicilio e dalla convenienza economica, ma anche dalla grande scelta e facile reperibilità dei prodotti. A offrire uno spaccato del rapporto fra i senior (over 60) e il mondo dell'e-commerce è una sintesi dell'indagine pubblicata da **Sanità24.ilsole24ore**: più di uno su due (51,1%) effettua acquisti online, a dimostrazione di come l'acquisto occasionale abbia ormai lasciato spazio a un'abitudine d'acquisto ben radicata, visto che in quasi un caso su tre (28,8%) gli acquisti avvengono spesso o addirittura sempre online, e c'è un altro 46,6% che li effettua almeno 4-5 volte l'anno.

Solo per una minoranza (24,7%) si tratta di un evento che capita raramente. Il 36,1% dichiara di aver effettuato un acquisto online nel corso dell'ultimo mese. Più di uno su quattro (25,8%) spende in un anno negli acquisti online un budget molto consistente (più di 300 euro), mentre per un altro 37,1% la spesa ammonta fra i 100 e i 300 euro. La stragrande maggioranza di loro si ritiene soddisfatta: “*molto*” nel 20,5% dei casi, e “*abbastanza*” per il 67,1%. Tra i motivi principali che spingono a optare per gli acquisti online ci sono la comodità di acquisto e la consegna a domicilio (44,6%), la convenienza economica (22,3%), la maggiore scelta e reperibilità dei prodotti (16,9%), mentre solo per una percentuale minima (2%) si è trattato di un'opzione motivata dalla paura di uscire per via del Covid, segno che quella degli acquisti online è ormai una modalità ben consolidata che fa parte della loro vita quotidiana indipendentemente da circostanze emergenziali.

La *hit parade* delle categorie preferite per gli acquisti online vede i prodotti sanitari e farmaceutici al secondo posto (14,9%), preceduti solo dai prodotti elettronici e i piccoli elettrodomestici (16,7%). Seguono i cosmetici e i prodotti per l'igiene e la cura del corpo (9,5%), gli articoli per la casa, il giardino, il fai da te (10,4%) e l'abbigliamento (7,7%). Quasi uno su 10 (il 9,2%) dichiara di acquistare online alimenti per animali, e ancora più spesso (14,3%) prodotti per la cura e il benessere degli animali, a ulteriore conferma che i pet rivestono un ruolo speciale nella loro vita quotidiana. Tra le opzioni di pagamento la più frequente è la carta prepagata (38,3%); seguono carta di credito (27,7%), contrassegno (12,8%), Pay Pal (11,7%), bonifico (9,6%). Anche se la stragrande maggioranza non ha mai avuto particolari problemi con questi acquisti, alcuni si sono a volte imbattuti in tempi di consegna non definiti o eccessivamente lunghi (10,3%), in merce difettosa o danneggiata (6,4%), errori nella consegna (5,1%). Per quanto riguarda la scelta dei siti in cui effettuare gli acquisti, l'orientamento prevalente è quello di privilegiare quelli di marchi molto noti o che trasmettono fiducia (19,9%), i siti con consegna a domicilio (19,1%), quelli che hanno dei prodotti specifici di loro interesse (16,9%), quelli consigliati da amici o parenti (13,2%).

Tra coloro che non effettuano abitualmente acquisti online, il motivo principale è la possibilità di delegarli a figli, parenti, amici che li effettuano per loro (27%); solo in minima parte la motivazione è legata a un radicamento verso modalità di acquisto tradizionali, come la preferenza a “toccare con mano” ciò che acquistano (21,3%) o il fatto di non avere un computer/smartphone (11,5%), segno che ormai anche i senior sono culturalmente orientati verso l'e-commerce ed è sempre più ridotto anche il gap digitale rispetto alle generazioni più giovani. I

Come ulteriore incentivi agli acquisti sono segnalati la consegna a domicilio gratuita (25,3%), la presenza di un numero di assistenza telefonica (17,6%), il reso gratuito (15,3%) e una maggiore informazione sulla sicurezza online (15,3%).