

- [Home](#)
- [Chi Siamo](#)
- [Dati Farmacia](#)
 - [Ultima Settimana](#)
 - [Barometro del mese](#)
 - [Consuntivo Trimestrale](#)
 - [Mercati Ruggenti](#)
 - [E-Pharma Metrics](#)
- [Dati GDO](#)
- [News](#)
- [Eventi](#)
- [Rubriche](#)
 - [La Farmacia Intelligente](#)
 - [Formazione Permanente](#)
 - [PharmaRetail segnala](#)
 - [Highlights](#)
- [Focus](#)
 - [Consumer](#)
 - [Network](#)
 - [Aziende](#)
 - [Sostenibilità](#)
 - [Le Interviste PharmaForFuture](#)
 - [Mondo Sostenibile](#)
- [Archivio](#)
- [Iscriviti](#)

lamiafarma.it, il primo portale d'acquisto per over 60

Pubblicato 11 Maggio 2022 [Redazione](#)

Chiara Romeo



A scegliere l'e-commerce non sono solo i giovani, i dati mostrano che anche fra gli over 60 acquistare online è una abitudine. Da questi presupposti è nata lamiafarma.it, nuova piattaforma che per la prima volta si rivolge nello specifico al mondo dei senior, con attenzione ai loro bisogni.

Il progetto è ideato da V.i.m. G. Ottaviani Spa e di Farmalife srl, e realizzato da Farmalife in partnership con Senior Italia FederAnziani, Sispem (Sindacato italiano salute pensionati), Fimmg (Federazione italiana medici di medicina generale) e Sumai Assoprof (Sindacato unico medicina ambulatoriale italiana e professionalità dell'area sanitaria).

Pharmaretail ha chiesto a Vincenzo Monetti, amministratore unico di V.i.m. G. Ottaviani Spa e di Farmalife srl, come è nato il progetto.

Perché avete pensato di rivolgervi ai senior?

Ci siamo rivolti ai senior perché bisogna salvaguardare le fasce di popolazione più fragili, come i pensionati e gli anziani, calandosi nella loro realtà quotidiana, in particolare tutelando il loro potere di acquisto, attraverso la promozione di iniziative (come questa) al servizio delle esigenze primarie, quali la salute.

Quali sono i punti fondamentali di un progetto pensato per gli over 60?

In generale acquistare online è semplice, immediato e comodo. A livello di sistema l'e-commerce rappresenta da tempo un fenomeno di carattere globale. Le transazioni possono avere luogo durante tutto l'arco della giornata e in real time. L'interazione è modulabile e la relazione tra le parti è flessibile e smart. I principali vantaggi per i senior che acquistano on line possono essere identificati in: comodità, un e-commerce è un negozio on line aperto h24 tutti i giorni dell'anno, l'acquisto è intuitivo, immediato e facilitato, con la comodità di ricevere i prodotti a domicilio; convenienza, perché la scelta degli acquisti online è spesso mossa da promozioni, sconti e offerte. In un momento così difficile e delicato è necessario tutelare i senior, salvaguardando il loro potere di acquisto. La convenienza, inoltre, non è strettamente connessa al lato economico, ma deve essere letta anche in chiave di risparmio di tempo; acquistare online consente, prima di procedere con la scelta, di vagliare con calma, grazie alla grande mole di informazioni che facilmente si riescono a reperire, ai consigli e ai commenti di altri consumatori, alla vasta gamma di prodotti e di alternative proposte.

Le persone over 60 sono una fetta importante dei clienti della farmacia: come il portale riesce a soddisfare i bisogni di questa fascia di popolazione abituata al punto vendita fisico?

La farmacia, in quanto negozio offline, è l'unico punto fisico dove poter acquistare i farmaci soggetti a prescrizione medica. L'e-commerce non vuole e non deve sostituirsi al negozio fisico, né può soppiantare il commercio fatto in luoghi fisici. La farmacia rimane un punto di riferimento. L'e-commerce è da considerarsi una esperienza di acquisto alternativa, in grado di soddisfare primarie esigenze, con i vantaggi ampiamente rappresentati.

Il supporto di Federanziani

Alla base del progetto c'è un'indagine di Senior Italia Federanziani: più di un over 60 su due (51,1%) effettua acquisti online. Non si tratta di una circostanza occasionale, ma piuttosto di un'abitudine ben radicata nelle loro modalità di acquisto, 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 25,8% degli intervistati spende in un anno negli acquisti online più di 300 euro, mentre per un altro 37,1% la spesa varia tra i 100 e i 300 euro. Si ritiene soddisfatto "molto" il 20,5% dei soggetti, "abbastanza" 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%). Tra le categorie preferite per gli acquisti online ci sono sicuramente i prodotti sanitari e farmaceutici (14,9%), i cosmetici e i prodotti per l'igiene e la cura del corpo (9,5%), e poi l'elettronica e i piccoli elettrodomestici (16,7%), gli articoli per la casa, il giardino, il fai da te (10,4%), l'abbigliamento (7,7%).

«I senior di oggi sono sempre più digitali», ha spiegato Eleonora Selvi Presidente Senior Italia FederAnziani, «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. È 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».