Comunicato n.21/2022

COMUNICATO STAMPA

Al via Lamiafarma.it, la piattaforma e-commerce a misura di senior

Più di 1 su 2 effettua acquisti online, i senior di oggi sono sempre più digitali. Salute, benessere, prodotti per gli animali fra le loro preferenze. I dati dell'indagine Senior Italia FederAnziani

Roma, 10 maggio 2022 – Più di uno 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. E' questo lo scenario del rapporto fra i senior e gli acquisti online, che emerge dai dati di un'indagine del Centro Studi Senior Italia FederAnziani. I dati sono stati diffusi in occasione della conferenza stampa di presentazione de **"lamiafarma.it"**, la 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 senior. Il progetto, ideato da V.I.M. G.OTTAVIANI SPA, è realizzato da FARMALIFE SRL in partnership con Senior Italia FederAnziani, SISPEN – Sindacato Italiano Salute Pensionati, FIMMG – Federazione Italiana Medici di Medicina Generale e SUMAI Assoprof – Sindacato Unico Medicina Ambulatoriale Italiana e Professionalità dell'Area Sanitaria. Una piattaforma e-commerce che per la prima volta si rivolge nello specifico al mondo dei senior, con attenzione ai loro bisogni, rispondendo alla loro richiesta di salute e non solo, e pensata anche con un linguaggio a misura di senior. Integratori, prodotti per il benessere, e ancora, prodotti per la cura e l'alimentazione dei loro amici animali, che tanta importanza hanno nella loro vita, aiutandoli in un invecchiamento attivo: tutto questo su www.lamiafarma.it, la piattaforma pensata per i senior di oggi, sempre più consueti con l'e-commerce.

Senior e acquisti online: i dati dell'indagine

Ma qual è il rapporto fra i senior (over 60) e il mondo dell'e-commerce? Più di uno 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 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.
Cosa acquistano i senior? 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%). 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 acquisiti, in primo luogo si orientano verso 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. Infine, cosa potrebbe incentivarli in questi acquisti? Importante è la consegna a domicilio gratuita (25,3%), la presenza di un numero di assistenza telefonica (17,6%), il reso gratuito (15,3%), una maggiore informazione sulla sicurezza online (15,3%).

"I senior di oggi sono sempre più digitali", dichiara la Presidente Senior Italia FederAnziani Eleonora Selvi, "e sempre più propensi all'acquisto online. In tanti, durante l'isolamento della pandemia, si sono avvicinati agli strumenti digitali rendendosene 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"

"Con questo progetto", dichiara il Segretario Generale Nazionale SISPEN Roberto Messina, "vogliamo andare incontro alle esigenze specifiche dei nostri senior, supportandoli nel seguire uno stile di vita sano, ma anche salvaguardando il loro potere di acquisto, ancor più in questo momento di crisi che su più fronti colpisce le categorie più fragili. Aiutarli nel mondo degli acquisti online significa garantire aspetti quali la reperibilità dei prodotti, l'abbattimento dei costi, conoscere le loro esigenze, sia riguardo alle modalità di acquisto, sia rispetto a quello che cercano, per esempio offrendo accanto ai prodotti per la cura di sé, quelli per la cura dei loro pet, in un circuito virtuoso che sostiene uno stile di vita sano con grandi benefici per la loro salute".

“Il progetto ‘lamiafarma’, nato da una idea di VIM G.Ottaviani Spa, è realizzato da FARMALIFE SRL ed è promosso da Senior Italia FederAnziani e Sispen”, dichiara Vincenzo Monetti, Amministratore Unico di V.I.M. G.OTTAVIANI SPA e di FARMALIFE SRL, “La piattaforma e-commerce ‘lamiafarma’, a misura di senior, è pensata per coniugare un sano stile di vita, come buona pratica per un invecchiamento in salute, con la comodità dell’acquisto online e la consegna a domicilio e con la salvaguardia del potere d’acquisto. Gli ultimi due anni sono stati particolarmente difficili per i senior: la pandemia da Covid 19 ha condizionato profondamente il loro stile di vita in termini di distanziamento sociale e gli attuali rincari, collegati anche al drammatico contesto internazionale, hanno finito per acuire ulteriormente la loro posizione di soggetti fragili. Ma i senior di oggi, ci hanno dimostrato di essere una delle componenti più vitali della nostra società. Infatti, durante l’isolamento della pandemia, grazie alla loro pazienza e tenacia, si sono naturalmente avvicinati al mondo del web, risultando particolarmente abili nell’utilizzo degli strumenti digitali. Da tale ‘trasformazione’ nasce il progetto ‘lamiafarma’. L’obiettivo è quello di incontrare, attraverso la piattaforma e-commerce ‘lamiafarma’, interessi e bisogni dei Senior, volti alla loro salute ed al loro benessere, considerando anche la cura dei loro animali domestici, vero antidoto alla solitudine e alleato di un invecchiamento attivo”

"Bene che nel panorama dei siti che offrono online prodotti per il benessere e la salute, vi possa essere una sinergia tra i professionisti della sanità, che possa determinare non solo un profilo commerciale ma anche un profilo professionale", dichiara il Vicesegretario Nazionale Vicario FIMMG Pier Luigi Bartoletti

"Il progetto LAMIAFARMA rappresenta una ottima possibilità offerta ai cittadini, anziani e non, di accedere con facilità e vantaggiosamente a vari prodotti tra i quali quelli per la salute”, dichiara Giorgio Lodolini, Segretario Provinciale SUMAI Assoprof Roma, “E' un esempio di come il web possa essere utilizzato in maniera virtuosa. Compito degli operatori sanitari in questo caso è saper orientare i pazienti a scegliere prodotti adeguati alle proprie esigenze riducendo al minimo i possibili effetti dannosi dell'automedicazione".

"Quando ci è stato illustrato questo nuovo progetto, siamo stati colpiti dalla determinazione con cui si intende coniugare un sano stile di vita con la salvaguardia del potere d’acquisto da parte dei più fragili, che proprio in Rete possono incappare in truffe o fake news di tipo sanitario, a svantaggio dello storico rapporto di fiducia con tutti noi professionisti della salute" dichiara Cosimo Cicia, Vicepresidente Nazionale FNOPI.

“Questo progetto rappresenta la reale continuazione di quanto Vitattiva ha fatto in questi anni insieme a Federanziani”, dichiara Alfonso Rossi, Presidente Vitattiva, “Infatti il primo approccio con i Tablet per informatizzare i frequentanti i centri anziani, rappresentò un primo passo, che poi portò gli stessi ad impadronirsi dell’iPhone e durante il look down comunicare in piattaforma Zoom e tutto ciò che vi naviga intorno. Consideriamo questa ultima iniziativa un vero passo con i tempi attuali per il mondo Over”

Ufficio stampa
comunicazione@senioritalia.it
Cellulare: 366.9847899