



sharing intelligence and science about fake medicines and illegal websites

FAKESHARE II

L'acquisto di farmaci online in Italia

Domenico Di Giorgio - AIFA



Co-funded by the Prevention of and Fight against Crime Programme of the European Union

COORDINATOR



CO-BENEFICIARIES



ASSOCIATE PARTNERS



IL POPOLO DEGLI INTERNAUTI

L'indagine è stata realizzata su un campione di 1000 rispondenti, identificati nel cosiddetto popolo degli Internauti, ovvero coloro che per definizione:

- hanno un accesso almeno settimanale – nel caso del campione preso in esame, esso è stato giornaliero – a Internet
- utilizzano questo mezzo di comunicazione non solo come fonte informativa/conoscitiva, ma anche come vero e proprio strumento di connessione con il mondo sociale, culturale e relazionale,
- Nonché come fonte/canale di acquisto di beni o servizi vari che, come vedremo, hanno una frequenza e un'eterogeneità che induce a pensare che il consumo o l'acquisto di beni sia strutturato, vario, fertile e in continua crescita.



NOTE METODOLOGICHE

Il campione preso in esame è stato stratificato secondo le variabili dell'età (ricondotte a fasce, in fase di ricostruzione dei dati), area geografica di residenza, genere (quote su base Sinottica® per l'anno 2014, per popolazione «Internauti»).

Genere		Fasce di età	
	Frequenza%		Frequenza%
Maschio	52,15%	Meno di 18 anni	0,00%
Femmina	47,85%	18-24 anni	10,91%
		25-34 anni	19,12%
		35-44 anni	25,23%
		45-54 anni	22,82%
		55-64 anni	12,91%
		Oltre 64 anni	9,01%

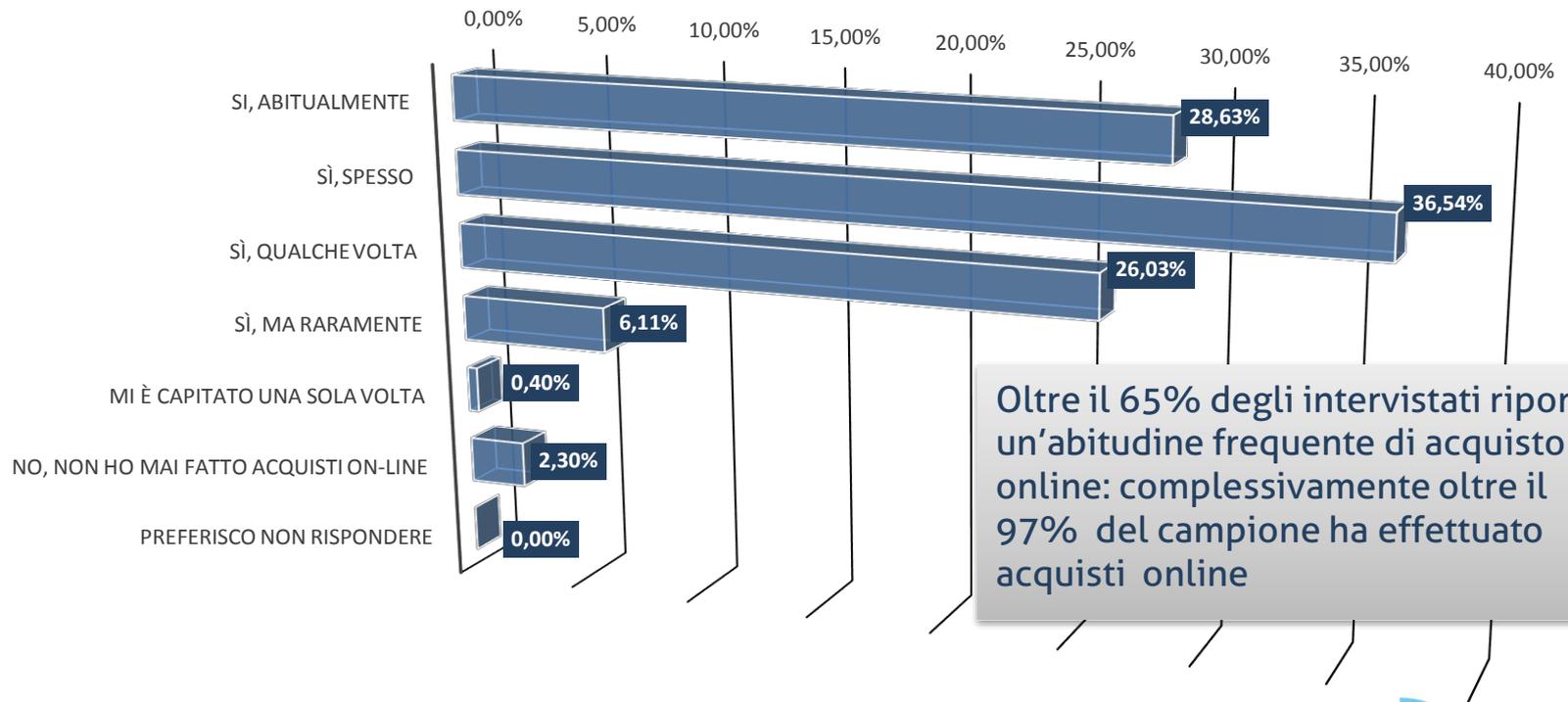
Area geografica di residenza	Frequenza%
Nord Ovest (Lombardia, Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta)	27,93%
Nord-Est (Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna)	20,22%
Centro (Toscana, Umbria, Marche, Lazio)	19,92%
Sud (Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria)	21,92%
Isole (Sicilia, Sardegna)	10,01%



GLI ACQUISTI ONLINE: UNA MODALITÀ CONSOLIDATA

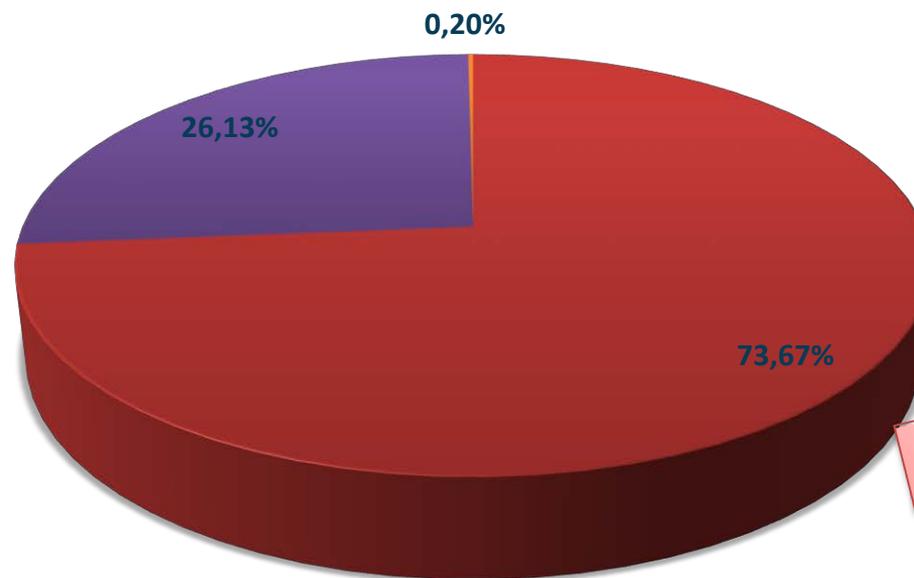
Parliamo degli acquisti su internet.

Le capita o le è capitato di acquistare prodotti o servizi online? Se sì, con quale frequenza?



CONOSCENZA DELLA VENDITA DI FARMACI ONLINE

Restringiamo ora l'attenzione su alcune specifiche tipologie di prodotto. È sempre più diffusa negli ultimi anni l'abitudine di acquistare online anche i farmaci. Lei ne era a conoscenza?

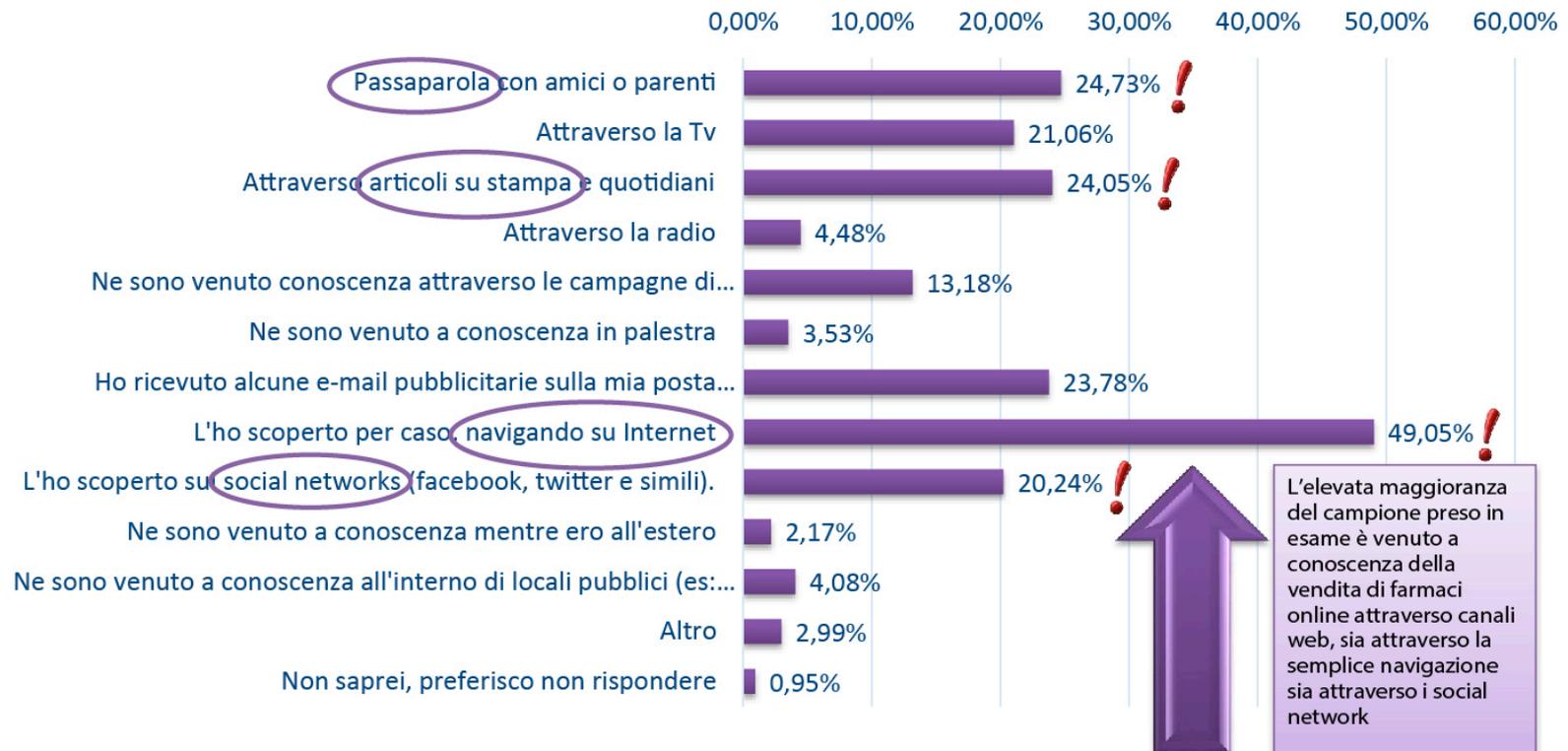


L'elevata maggioranza del campione preso in esame riporta la consapevolezza della diffusa abitudine dell'acquisto di farmaci online.

■ Si ■ No ■ Preferisco non rispondere



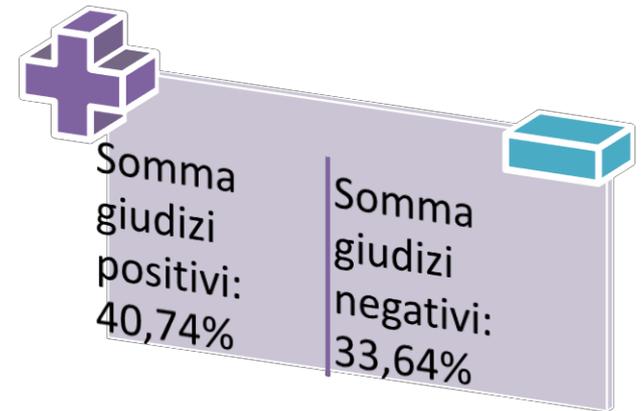
Come è venuto a conoscenza della vendita di farmaci online e del loro conseguente acquisto attraverso internet?



IL GIUDIZIO SULL'ACQUISTO DI FARMACI ONLINE

Indipendentemente dalle sue abitudini di acquisto, in generale, lei come giudica l'eventualità di acquistare medicinali direttamente dal computer della propria abitazione o attraverso qualsiasi altra connessione internet?

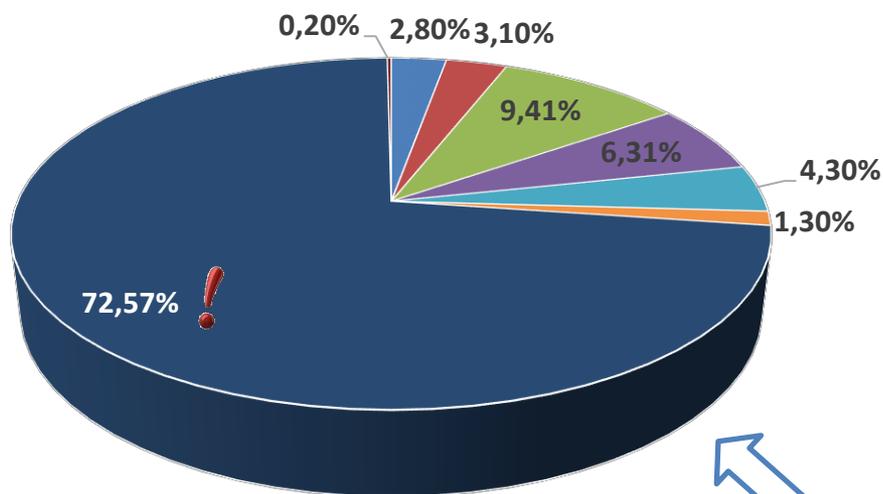
GIUDIZIO	FREQUENZA %
Molto positivamente	10,71%
Abbastanza positivamente	30,03%
Né positivamente, né negativamente	25,03%
Poco positivamente	17,82%
Per niente positivamente	15,82%
Preferisco non rispondere	0,60%



Una quota significativa del campione giudica positivamente l'acquisto di farmaci online ma è doveroso sottolineare come il campione si dimostri, comunque, equamente distribuito tra persone che si dichiarano favorevoli e persone che si dichiarano contrarie o indecise sull'acquisto di farmaci attraverso canali Internet.



Le è mai capitato di acquistare farmaci online per lei o qualche altra persona?



- Sì, li acquisto abitualmente
- Sì, li ho acquistati qualche volta
- Li ho acquistati una sola volta
- No, non li ho mai acquistati !
- Si, li acquisto spesso
- Si, ma raramente
- No, ma qualcuno li ha comprati per me
- Preferisco non rispondere

Ha mai consigliato di acquistare medicine online a qualcuno che le ha chiesto consiglio?

Frequenza %

Sì, spesso	2,50%
Sì, qualche volta	11,61%
Sì, raramente	8,41%
Sì, ma solo una volta	3,10%
No, mai	74,37%

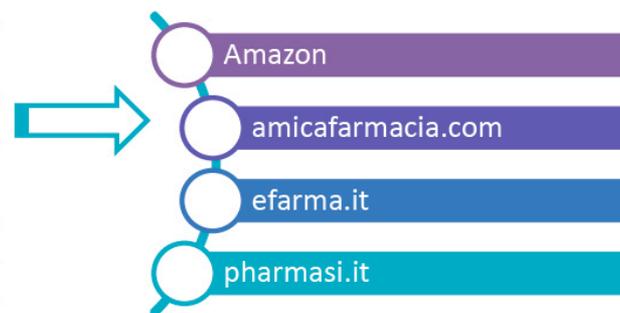
Non solo il consumatore si dimostra un acquirente NON abituale del farmaco online, ma non ne consiglia neanche l'acquisto ad altri



DOVE COMPRA CHI ACQUISTA FARMACI ONLINE

Su quali siti web le capita/le è capitato di acquistare farmaci online?

Item	Frequenza (tot. 100%) (base: 259)	
Un sito Internet con testi in italiano	77,99%	202
Un sito Internet con testi in lingua straniera	13,51%	35
Altro	4,25%	11
Non saprei, preferisco non rispondere	4,25%	11



Le è capitato di acquistare medicine online attraverso contatti via Social network?

Item	Frequenza (tot. 100%) (base: 259)	
SI	13,51%	35
NO	83,01%	215
Preferisco non rispondere	3,47%	9

Facebook 97,14%
Twitter 14,29%

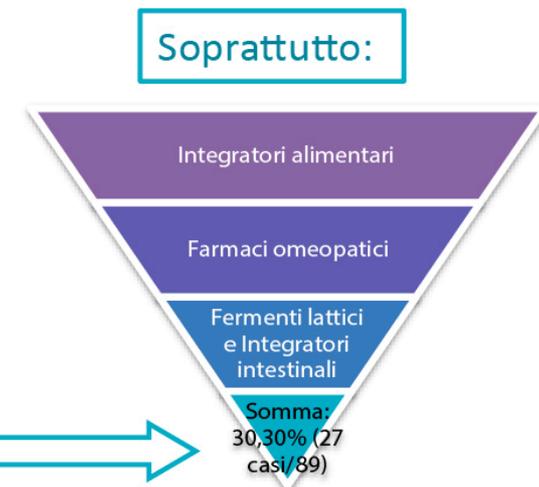
Come è venuto/a a sapere della vendita di medicine attraverso i contatti via social network?	Frequenze più alte	
L'ho scoperto per caso, navigando su internet	37,14%	13
L'ho scoperto sui social network stessi	42,86%	15
Ho ricevuto delle e-mail su questo argomento	31,43%	11



COSA COMPRA CHI ACQUISTA FARMACI ONLINE

Che tipo di farmaci o altri prodotti farmaceutici, tra i seguenti, le è capitato di acquistare online per lei o per qualcun altro?

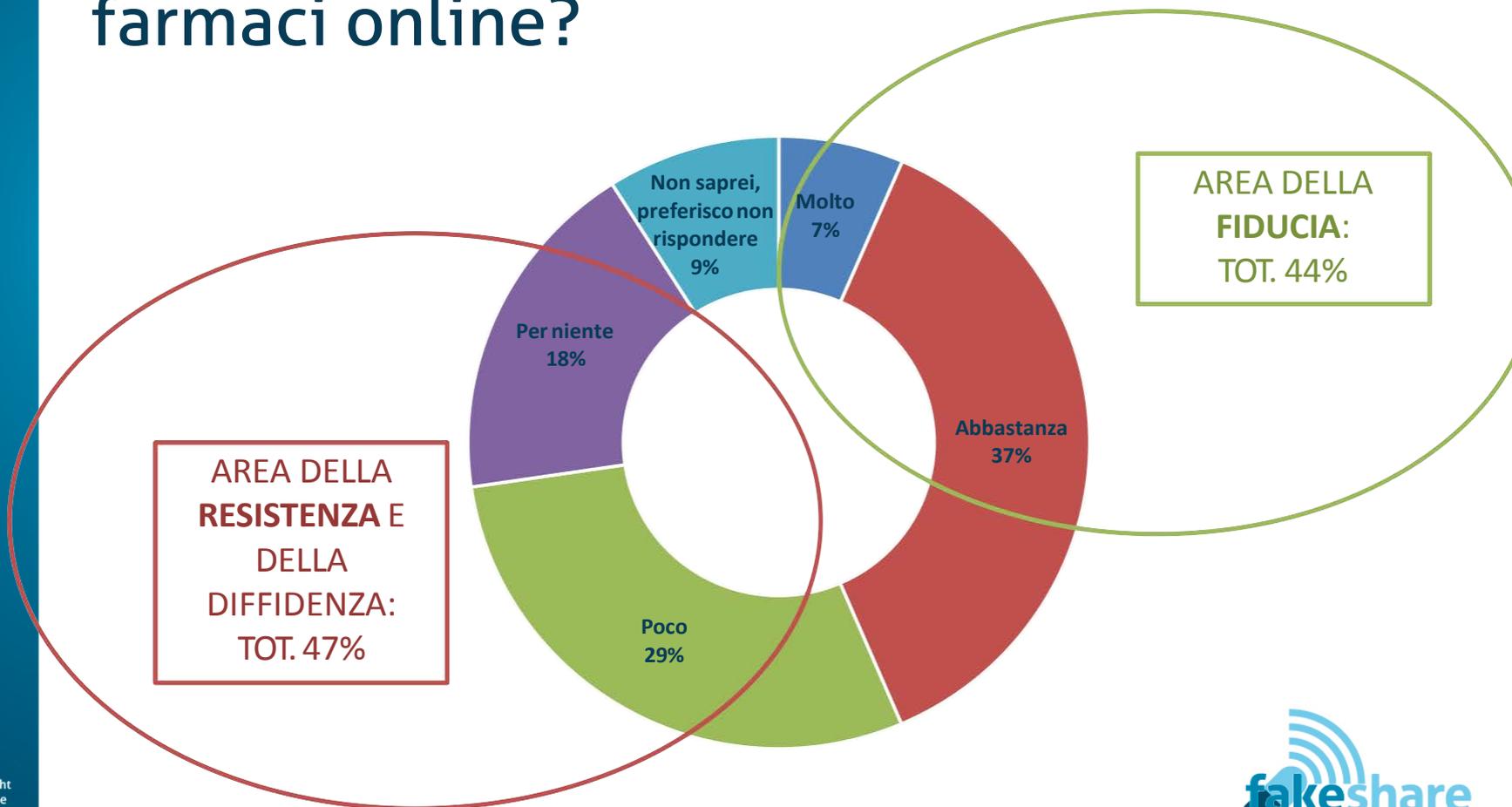
Tipologia farmaco acquistata	Totale (freq & % col)	
	100.00% (272)	
Farmaci per la disfunzione erettile	11,03%	30
Farmaci per smettere di fumare	14,34%	39
Farmaci per la perdita di peso	27,57% !	75
Farmaci per la cura del colesterolo	13,97%	38
Anti-depressivi	5,51%	15
Farmaci per l'influenza	27,57% !	75
Farmaci contro il cancro	1,47%	4
Farmaci per i dolori cronici	18,01%	49
Pillola anticoncezionale	7,72%	21
Altro	32,72% !	89
Non saprei, preferisco non rispondere	6,25%	17



LA SICUREZZA PER LA SALUTE

UNA DICOTOMIA NELLA PERCEZIONE DEL CONSUMATORE

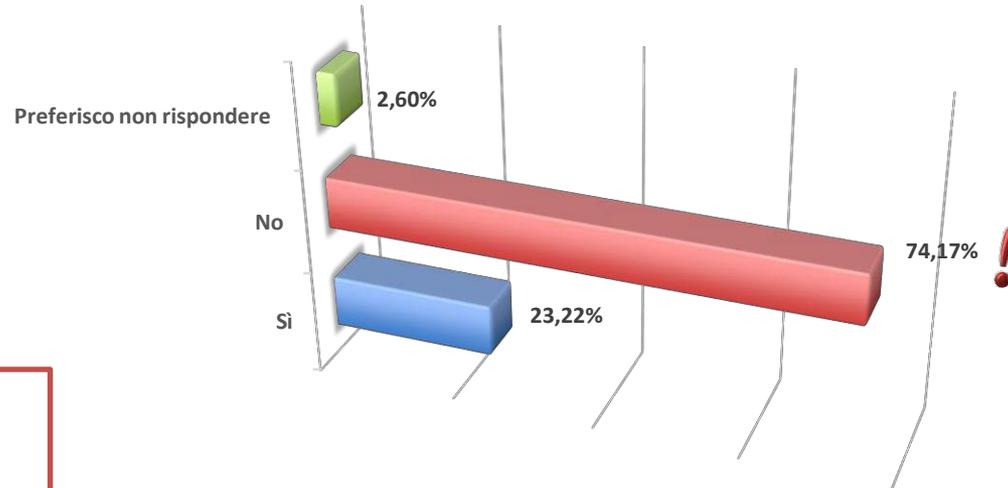
Dal suo punto di vista, quanto ritiene sicuro per la sua salute l'acquisto di farmaci online?



IL CONSUMATORE E I MEDIA

L'INEFFICACIA DELLE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

Spostiamo, ora, l'attenzione sui canali di informazione. Innanzitutto, lei è a conoscenza di iniziative o eventi finalizzati a sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema dei rischi legati all'acquisto online di farmaci?



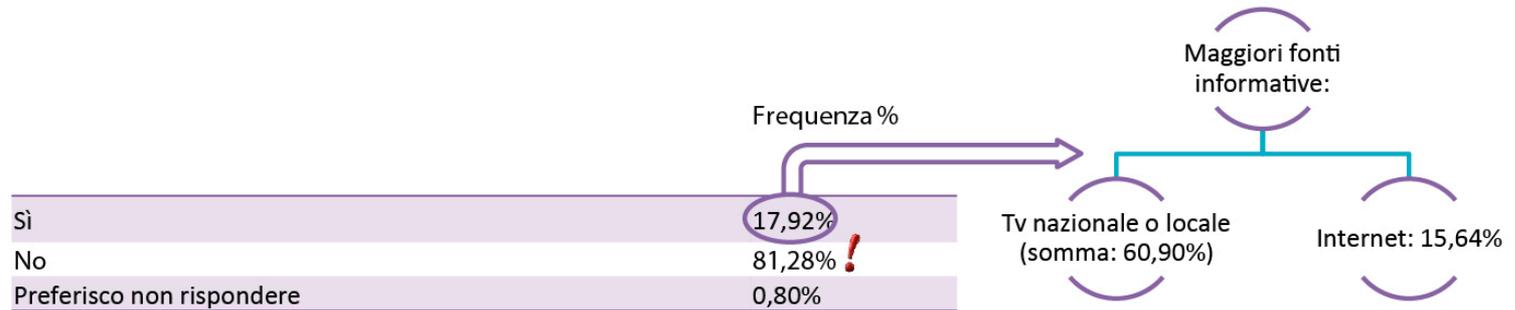
Ancora molta confusione nel consumatore...

E dal suo punto di vista, nella gran parte dei casi:	Frequenza %
I mezzi di informazione esagerano quando trattano questo tema	16,22%
I mezzi di informazione trattano questo tema con equilibrio ed obiettività	23,02%
I mezzi di informazione sottovalutano questo tema e ne parlano meno di quanto sarebbe necessario	37,24%
Non saprei/Preferisco non rispondere	23,52%



IL CONSUMATORE E I MEDIA: IL CASO DI BARLETTA

Lei è a conoscenza del recente episodio avvenuto in puglia, in cui una giovane donna è deceduta a causa della somministrazione di un farmaco acquistato online dallo studio medico in cui era in cura?



Persiste, anche in questo episodio di cronaca, un esiguo livello di notorietà della notizia e della comunicazione a essa legata o a fatti simili. È doveroso, tuttavia, sottolineare che l'evento descritto nell'articolo online somministrato ai rispondenti, risale a circa tre anni fa. Tuttavia, viene rilevata una conoscenza/notorietà praticamente marginale di fatti simili a quello descritto.

Ricorda altri episodi simili a quello accaduto in puglia dei quali è venuto a conoscenza?

	Frequenza %
Sì	7,91%
No	90,89% !
Preferisco non rispondere	1,20%

