



UNC  
CONSUMATORI.IT

## SALUTE E BENESSERE: quanto ne sanno i consumatori

10 Giugno 2015

*Dall'innovazione nel settore al ruolo della pubblicità; dai canali di vendita all'automedicazione: ecco come hanno risposto i consumatori al nostro sondaggio sul mercato della salute e del benessere.*

**Roma, 10 giugno 2015** – “E’ un consumatore alla continua ricerca di innovazione, che si informa accuratamente e che non si fida ancora del tutto di acquistare *on-line* farmaci o integratori, preferendo piuttosto affidarsi al medico di base o al farmacista.”. E’ quanto dichiara Massimiliano Dona, Segretario generale dell’Unione Nazionale Consumatori (<https://www.consumatori.it>), facendo riferimento ai risultati del sondaggio su “Salute e benessere”, diffuso dall’associazione nelle scorse settimane e di cui si è discusso lo scorso 21 maggio nell’ambito dell’evento “Cose da non credere” ([www.cosedanoncredere.it](http://www.cosedanoncredere.it)).

### Guarda i risultati del sondaggio

“Il nostro sondaggio -afferma Dona (**segui @massidona su Twitter**)- non ha un valore statistico, ma racconta il *sentiment* dei consumatori rispetto al settore della salute e del benessere, partendo dai principali dubbi che giungono agli sportelli della nostra associazione; dalle risposte emerge un consumatore ben informato che non crede alla pubblicità (più del 40 per cento sul tema risponde che *‘la pubblicità può aiutare, ma è meglio chiedere a medico o farmacista’*), legge attentamente il foglio illustrativo (il 45 per cento dichiara di *‘non assumere farmaci senza aver prima letto il foglietto illustrativo’*) e soprattutto sembra avere ben chiaro che (soprattutto quando si parla di farmaci) non si tratta di prodotti come gli altri, ma è necessaria maggiore cautela e affidarsi agli esperti. Fa riflettere il dato relativo alla Rete: gli utenti si dividono tra un 30 per cento più ottimista (il 10 per cento *‘è intenzionato ad acquistare in futuro farmaci, integratori o cosmetici’*, un altro 10 per cento che compra *on-line* per risparmiare e un 9 per cento che lo fa per *‘le numerose opzioni di scelta e di supporto’*) e un 46 per cento che risponde di non fidarsi dei farmaci *on-line*”.

A questo tema si lega quello dell’informazione dei consumatori e il ruolo delle associazioni: non solo, infatti, per il 42 per cento dei consumatori “innovazione” fa rima con “informazione” (segno del desiderio dei cittadini ad essere informati sul tema in modi sempre più nuovi, comodi e semplici), ma alla domanda sul ruolo delle associazioni dei consumatori riscontriamo un 52 per cento che considera tra le priorità *‘fare chiarezza per spiegare come scegliere i prodotti più vantaggiosi/efficaci’* e un altro 50 per cento (alla domanda era possibile dare più risposte) che risponde: *‘educare con pubblicazioni, app e altri strumenti anche on-line, collaborando con tutti i soggetti del mercato’*.

“La collaborazione con tutti i soggetti del mercato -conclude Massimiliano Dona- è fondamentale per dare ai consumatori le corrette informazioni ed evitare che le loro scelte siano influenzate dai luoghi comuni privi di valore scientifico; d’altra parte la nostra associazione da anni fa educazione ai cittadini attraverso incontri (come anche “Cose da non credere”), pubblicazioni e naturalmente sfruttando la potenzialità del *web*,

realizzando app utili ai consumatori per orientarsi tra farmaci di automedicazione, integratori e cosmetici (guarda la nostra pagine dedicata alle **App dei Consumatori**)”