



Roma, 3 luglio 2024 - Solo la metà (53%) degli annunci online di farmaci viene correttamente classificata dai consumatori come leciti o illeciti. Un dato che emerge dal progetto CAPSULE, condotto dal Centro di Ricerca Transcrime dell'Università Cattolica del Sacro Cuore con il supporto dell'Ufficio Qualità dei prodotti e contrasto al crimine farmaceutico dell'Agenzia Italiana del Farmaco - AIFA e il contributo del Center for Anti-Counterfeiting and Product Protection (A-CAPP) della Michigan State University. Il progetto ha indagato il grado di consapevolezza dei consumatori riguardo al rischio di acquistare farmaci substandard e falsificati (SFMs) online.

Durante la pandemia da Covid-19, il mercato illecito dei farmaci ha visto una crescita significativa tramite annunci online e siti web ingannevoli, mettendo a repentaglio la salute pubblica e mettendo in crisi le normative vigenti. Mentre gli sforzi attuali per contrastare la diffusione degli SFMs online sono concentrati principalmente sul lato dell'offerta online di questi prodotti, il progetto CAPSULE si è focalizzato sulla comprensione della domanda di mercato, esaminando l'esposizione e i comportamenti dei consumatori italiani e spagnoli per sviluppare campagne informative mirate e interventi specifici.

Lo studio, condotto nel gennaio 2024, ha coinvolto un campione rappresentativo di utenti regolari di Internet in Italia e Spagna consapevoli della possibilità di acquistare farmaci online ed esposti ad annunci online o che hanno acquistato almeno un farmaco online.

Nel corso dell'indagine, è stata loro sottoposta una combinazione di annunci leciti e illeciti di farmaci: i consumatori hanno correttamente classificato gli annunci legittimi il 63% delle volte, riscontrando invece maggiore difficoltà nell'identificare gli annunci illeciti (solo il 43% delle volte in Italia e il 42% in Spagna).

I fattori che maggiormente influenzano la valutazione dei rispondenti sono l'assenza di un'etichetta di certificazione del Ministero della Salute, l'assenza della descrizione del farmaco o la presenza di errori nella descrizione.

Al fine di promuovere scelte consapevoli tra i consumatori, i risultati dello studio evidenziano la necessità di campagne di sensibilizzazione mirate per diverse fasce demografiche e differenti tipi di consumatori: se i partecipanti più anziani hanno mostrato una minore capacità di riconoscere annunci illeciti, i giovani hanno manifestato minor fiducia nei farmacisti e nei medici e una maggiore propensione ad affidarsi a Internet per ricercare informazioni sanitarie.

L'analisi della percezione e del comportamento degli intervistati ha inoltre mostrato che:

- La maggioranza degli intervistati è consapevole che nei due paesi le vendite legali di farmaci online sono limitate ai farmaci senza prescrizione medica (73% in Italia e 66% in Spagna).
- Solo un terzo ha distinto correttamente tra integratori alimentari e medicinali, evidenziando la difficoltà nel differenziare prodotti soggetti a regolamentazioni diverse.
- Più della metà degli intervistati (58% in Italia, 52% in Spagna) si affida a Internet per reperire informazioni di natura medica e circa il 40% ricerca online soluzioni mediche specifiche o trattamenti alternativi.
- L'Italia mostra un tasso più elevato di acquisti online (69%) di medicinali rispetto alla Spagna (52%). La maggior parte degli italiani (85%) e degli spagnoli (75%) ha dichiarato di aver visualizzato almeno un tipo di annuncio online per i farmaci.
- Il confronto con una precedente indagine condotta nel 2015-2016 da AIFA e Università Sapienza di Roma ha evidenziato un aumento significativo degli acquisti di medicinali online in entrambi i Paesi.
- I siti web rappresentano i principali canali sia per la promozione di farmaci online che per gli acquisti. I social media emergono invece come canale importante solo per la diffusione degli annunci.
- In Italia, la maggioranza degli acquisti online ha riguardato farmaci per l'influenza, seguiti da farmaci per i dolori cronici e la cura del colesterolo. In Spagna, i consumatori hanno acquistato principalmente prodotti per aumentare le prestazioni (sportive o di concentrazione) e per la perdita

di peso.

“Considerato l'aumento degli acquisti di farmaci online - afferma il dott. Marco Dugato, ricercatore di Transcrime - i risultati del progetto CAPSULE e, in particolare, le difficoltà dei consumatori nell'identificare gli annunci illeciti sottolineano, da un lato, l'importanza di campagne di sensibilizzazione mirate e, dall'altro, la necessità di un maggiore controllo sulla legittimità degli annunci e dei canali di vendita al fine di ridurre il rischio di diffusione di farmaci substandard o contraffatti. Per far questo è necessario anche il supporto costante del mondo della ricerca per monitorare l'evoluzione del comportamento dei consumatori e delle dinamiche di mercato”.

“Questa collaborazione con Transcrime dà continuità a un'attività sui farmaci online che AIFA porta avanti da quasi vent'anni - afferma il dott. Domenico Di Giorgio, Direttore dell'Ufficio Qualità dei prodotti e contrasto al crimine farmaceutico dell'Agenzia Italiana del Farmaco – AIFA - la capacità delle eccellenze nazionali di fare sistema in importanti iniziative internazionali, come Transcrime e AIFA avevano già fatto recentemente anche per il progetto MEDI-THEFT sui furti di medicinali, è una delle caratteristiche più efficienti dell'approccio italiano in questo ambito, e un elemento chiave nella definizione delle strategie di contrasto al crimine farmaceutico e alle altre distorsioni di questo mercato”.

“I risultati dell'indagine evidenziano la significativa diffusione di farmaci substandard e contraffatti online, e soprattutto la proliferazione degli annunci di questi prodotti rivolti ai consumatori - afferma il dott. Saleem Alhabash, Direttore Associato della Ricerca presso il Centro A-CAPP - L'unione tra la distribuzione di SFM e la promozione e commercializzazione di questi prodotti sui social media rappresenta un rischio crescente per la salute e il benessere dei consumatori in Italia e Spagna, così come in altri Paesi del mondo”.