

## Amplificatori acustici: un mercato strategico per la farmacia italiana

La farmacia italiana sta vivendo una profonda trasformazione. Da semplice luogo di dispensazione del farmaco, si sta affermando sempre più come **presidio sanitario completo**, capace di offrire servizi di prevenzione, screening e supporto personalizzato al cittadino.

In questo scenario evolutivo, il **mercato degli amplificatori acustici** rappresenta un'area interessante e promettente da esplorare. La perdita uditiva, infatti, è un fenomeno in costante aumento, strettamente legato all'invecchiamento della popolazione e alla crescente esposizione ai rumori ambientali. Gli amplificatori acustici rispondono quindi a **una domanda reale, concreta e in forte crescita**.

### Il target over 60: ampio, presente e fidelizzato in farmacia

Il target principale degli amplificatori acustici è rappresentato dagli **over 60**, una fascia demografica che mostra un'elevata incidenza di difficoltà uditive e che costituisce uno dei pubblici più assidui e fedeli della farmacia.

Secondo i dati più recenti, **quasi un quarto della popolazione italiana ha più di 65 anni**. È una fascia in costante crescita che frequenta regolarmente la farmacia non solo per le terapie, ma anche per la prevenzione e il miglioramento della qualità della vita.

I senior sono inoltre un target **economicamente solido**:

- in Europa rappresentano il 21% della popolazione ma generano il **26,5% della spesa complessiva**;
- in Italia, gli over 50 **detengono oltre il 60% della ricchezza netta delle famiglie**;
- generano il **67,7% della spesa nazionale**, quota destinata a superare il 70% entro il 2035;
- godono di una stabilità economica legata a un patrimonio personale consolidato.

Si tratta quindi di un pubblico attento alla salute, fedele alla farmacia, sensibile alla qualità della vita, ma incline a valutare con attenzione il rapporto qualità/prezzo di ogni acquisto.

### Un bisogno spesso vissuto con discrezione

La perdita uditiva, soprattutto nelle fasi iniziali, è spesso vissuta con **imbarazzo o timore di stigmatizzazione**. Per questo, la farmacia – grazie alla relazione di fiducia con il farmacista – rappresenta il **canale ideale** per intercettare questo bisogno e accompagnare il cliente verso una soluzione semplice, immediata e non medicalizzata.

L'amplificatore acustico non richiede prescrizione, offre un **primo supporto concreto** in caso di difficoltà uditive lievi o moderate e consente di evitare, almeno inizialmente, percorsi complessi o percepiti come invasivi.

### Il mercato dei device per l'udito

Il mercato degli amplificatori acustici è già oggi **rilevante e in espansione**.

Al di fuori del canale farmacia è un mercato importante e rappresenta, quindi, un'occasione per il canale di espandere la propria offerta e fidelizzare consumatori interessanti.