



[home](#) > [acquisti](#) > [consumi](#) > Consumers'Forum: dalla crisi il "consumo virtuoso"

News

Consumers'Forum: dalla crisi il "consumo virtuoso"

01/04/2009 - 15:08

La crisi sta innescando un fenomeno virtuoso: in un momento di incertezza per il futuro, gli italiani si scoprono bravi consumatori. Il 75% è infatti convinto che per vivere meglio si dovrebbe consumare meno, l'80% è attento agli sconti e dalle aziende esige comportamenti etici e coerenti.



Le difficoltà economiche obbligano a spendere poco e meglio. I consumatori si responsabilizzano, comprano meno e sono più esigenti sulla qualità della spesa. Credono che la crisi peggiorerà, si scoprono prudenti, disprezzano lo spreco. E' quanto emerge da un sondaggio commissionato da Consumers'Forum e presentato questa mattina a Roma durante il convegno dedicato al cambiamento dei consumi degli italiani. L'evento è stato anche l'occasione per presentare la prima edizione dell'Osservatorio sui consumi degli italiani, uno strumento di monitoraggio progettato e coordinato dal prof. Giampaolo Fabris, ordinario di Sociologia dei consumi all'Università San Raffaele di Milano e uno dei maggiori esperti europei in materia.

L'indagine presentata dal prof. Fabris rileva che la fiducia dei consumatori non solo tocca, in questi mesi, lo score più basso dell'ultimo decennio ma viene anche valutata come meno sicura rispetto all'anno precedente da due italiani su tre: la percezione d'insicurezza è passata dal 41% nel 2008 al 67% nel 2009.

L'incertezza del futuro ha avuto come conseguenza il fatto che negli ultimi mesi il 70% degli italiani ha ridotto le spese mentre oltre metà degli italiani ritiene di avere meno soldi da spendere rispetto all'anno precedente. Dunque, emerge una maggiore cautela nello spendere conseguente ad una diffusa sensazione d'impoverimento che taglia ormai trasversalmente tutta la popolazione italiana.

La cautela nel compiere le spese è presto dimostrata: il 90% degli italiani ritiene di dover pensare bene prima di fare degli acquisti e una percentuale analoga (79%) ritiene che si debba comperare soltanto ciò che è strettamente necessario. Dunque per vivere meglio si dovrebbe consumare di meno (lo pensa il 75% del campione intervistato).

L'indagine mette in luce un sostanziale cambiamento nei comportamenti di acquisto frutto anch'esso del momento di crisi che stiamo attraversando. Il consumatore è diventato virtuoso, è diventato un bravo consumatore che percepisce lo spreco come un disvalore, attento alle promozioni e alle offerte. Ma non solo. Assistiamo ad una crescente sensibilità alle tematiche ambientali: 9 italiani su 10 si dichiarano, infatti, disposti a spendere di più per un prodotto rispettoso dell'ambiente sia nel corso del processo della sua creazione sia al momento dell'uso. Ed ancora, avendo la possibilità di scegliere tra due marche, l'89% degli italiani afferma di preferire il brand caratterizzato da esplicite strategie di responsabilità ambientale.

Ma non solo, in questa fase caratterizzata da un cambiamento radicale dei comportamenti di consumo, il consumATTORE percepisce l'etica come un elemento della qualità. Ciò induce a scegliere quelle marche che garantiscono il rispetto dei diritti dei lavoratori così come quelle che si dimostrano trasparenti verso il consumatore.

Per concludere, se è vero che la maggior parte degli italiani avverte in maniera acuta la crisi economica, quasi il 90% degli intervistati considera se stesso "felice": sono circa 4 su 5 a considerare soddisfacente la propria qualità della vita e a dichiarare che non si possono davvero lamentare su come si vive. È un dato che fa registrare una sostanziale omogeneità per i diversi background socioculturali.

2009 - redattore: VC

P.IVA 08759041000
.....