



## SuperPrezzi.ROMA

I prezzi dei Supermercati a Roma

Settimanale online di informazione  
Num. 13 del 06 Aprile 2009

ANNO III

HOME ATTUALITA' CULTURA E SPETTACOLI COMUNICAZIONE ECONOMIA COSTUME E SOCIETA' AMBIENTE E SICUREZZA ITINERARI

Annunci Google

[Reddito Famiglie](#)

[Mutuo on Line](#)

[Consumi Famiglie](#)

[Rata Mutuo](#)

### Focus

"Hai alzato il gomito? La macchina la guido io"

di Daniele Cimò



[LEGGI TUTTO](#)

### Progetti e iniziative

World Food Programme



SCRIVI A:

[slide@ghigliottina.it](mailto:slide@ghigliottina.it)

## La qualità in crisi e la crisi dei consumi

di Fabrizio Galassi

Al contrario del sentimento diffuso delle persone, economisti ed esperti di fenomeni sociali sono sempre più concordi nel ritenere che stiamo attraversando cambiamenti epocali trainati da processi di lungo periodo, nati prima della crisi, che stanno cambiando i consumi. Ciò significa, ad esempio, che anche in presenza di una riduzione ulteriore dei prezzi del petrolio o di alcuni generi alimentari **le persone non ritorneranno a spendere ai livelli precedenti** la crisi.

L'invecchiamento della popolazione, l'emancipazione delle donne e l'aumento delle famiglie con pochi componenti sono esempi di trend storici che stanno influenzando il comportamento d'acquisto. Rispetto a una famiglia di due o più componenti, una persona che vive sola deve spendere in proporzione del reddito molto di più per le spese fisse (prevalentemente mutuo o affitto). In presenza di un reddito pro capite costante, l'aumento delle famiglie piccole tende a **diminuire le spese variabili** come l'abbigliamento e l'alimentare. C'è anche un altro fattore che sta erodendo i consumi. Il 1 aprile ho avuto il piacere di assistere al convegno organizzato da Consumers' Forum, dove il sociologo **Giampaolo Fabris**, presentando una sua ricerca, ha evidenziato come la crisi dei consumi dipende anche dalla crisi della qualità. L'aumento dell'istruzione e la diffusione delle tecnologie stanno educando il consumatore ad essere più esigente, più critico e più attento.

Per ottenere il **massimo valore**, il cliente guarda non solo al **prezzo**, ma alla differenza tra **benefici ricevuti e costi sostenuti**. In occasione della cerimonia del Prodotto dell'anno 2009, la società TNS Infratest ha presentato una sua ricerca in cui gli italiani intervistati hanno espresso l'esigenza di una maggiore innovazione dei prodotti. Dalla ricerca emergeva che 2 italiani su 3 sono disposti a spendere di più per un prodotto veramente nuovo e che il 73% dei consumatori ritiene che i nuovi prodotti non si differenziano poi così tanto da quelli vecchi.

In sostanza anche in periodi di crisi dove c'è attenzione al prezzo, è sempre forte la disponibilità a pagare di più per avere, ad esempio, un prodotto che gli faccia risparmiare tempo, semplice da usare oppure che abbia un effetto positivo sulla salute e sull'ambiente. **I vestiti cinesi** da indossare per una sola stagione **hanno avuto un effetto dirompente sul mercato**, ma il loro successo è stato anche agevolato da camicie o scarpe italiane che duravano un anno e un giorno vendute a 80 € solo perché c'era una bandierina italiana sulla scatola, simbolo del made in Italy.

Il successo della svedese **IKEA** o dell'irlandese **RYANAIR** si basa su prodotti e servizi a metà prezzo senza un dimezzamento della qualità complessiva del servizio. Il semplice rimedio del basso costo non serve a rilanciare i consumi come insegna l'esperienza della **Woolworth**: storica marca dell'abbigliamento americano, fece del basso prezzo il suo elemento distintivo e concluse la sua storia con i libri in tribunale.

[Condividi](#)

[ShareThis](#)

### Vignetta settimanale



Annunci Google

### In Russia Per Lavoro?

Affidati agli Specialisti della Russia, Scegli uno dei Nostri Hotel  
[www.Go2East.com](http://www.Go2East.com)

### Consumi Auto A Metano

Auto Km 0 e Semestrali a Metano Consegna Gratis in tutta Italia!  
[www.Daddario.it](http://www.Daddario.it)

### Offerta famiglie Pasqua

in Hotel 3 stelle, bimbi 0-6 gratis e fino a 10 anni sconto 50%  
[www.albergoarcade.it](http://www.albergoarcade.it)

### Finanziamenti Imprese?

Liquidità Immediata, Tassi dal 4% Fai Crescere la Tua Impresa!  
[Finanziamenti-Imprese.Excite.it](http://Finanziamenti-Imprese.Excite.it)

### Bilance per Alimentari

Bilance da banco omologate Bilance Peso Prezzo Importo  
[www.sinergica-soluzioni.com](http://www.sinergica-soluzioni.com)

### Guida gratis al Low Cost

Impara a risparmiare davvero. Richiedi la nostra guida gratuita!  
[www.Altroconsumo.it/Guida-Low](http://www.Altroconsumo.it/Guida-Low)

### Acquistare in Cina

Contattateci per un servizio a 360° dal campione alla consegna finale  
[www.mediaeast.it](http://www.mediaeast.it)

### Polizza Auto

Con Direct Line risparmi oltre 200€ Fai ora il tuo Preventivo Online!  
[www.directline.it](http://www.directline.it)

### Mutuo Casa a Tasso Fisso

Calcola subito il tuo preventivo e Confronta i mutui di 40 banche!  
[www.mutuonline.it](http://www.mutuonline.it)

### Opportunità in Russia?

Non Perdere Tempo per il Visto, Lascia Fare a Noi! Info 800-078078  
[www.VistoPerLaRussia.com](http://www.VistoPerLaRussia.com)

### Edizioni precedenti



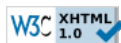
Copertine ultime edizioni

---

**Ghigliottina © 2008-2009** Tutti i diritti riservati.

Testata Giornalistica registrata presso il Tribunale di Roma (Aut. Nr. 306/2007 del 02/07/2007)

Direttore Responsabile: **Stefano Giovinazzo** - 393.20.23.838



powered by **LucaT WebDesigner**