

# **Consumeeting 2014:**

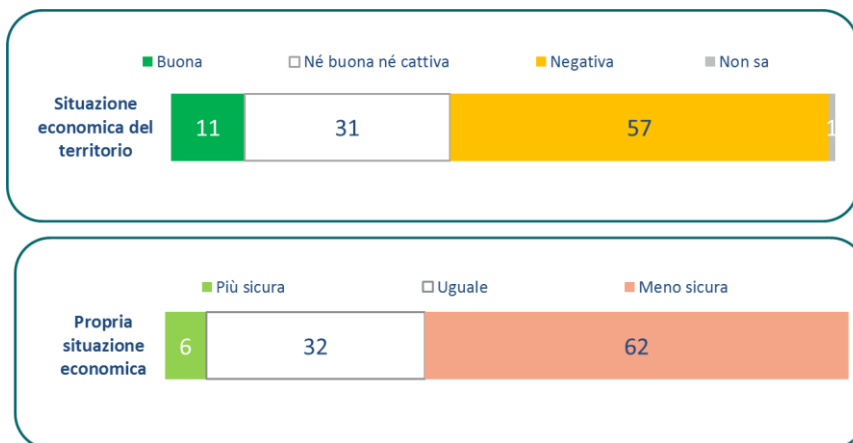
## **Il consumatore consapevole nell'era digitale**

*Abstract dei risultati*



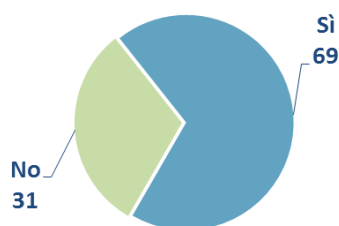
## La situazione Economica e gli acquisti di prodotti alimentari

La percezione della situazione economica del proprio territorio è poco incoraggiante; il 57% del campione intervistato la ritiene molto o abbastanza negativa e, conseguentemente, la propria situazione economica si avverte sempre più incerta (62% )



Negli ultimi 12 mesi il 69% dei rispondenti dichiara di essere stato colpito dalla crisi economica in relazione al lavoro. Un terzo degli intervistati (35%) ha avuto necessità di richiedere un supporto economico per affrontare questi momenti di particolare difficoltà.

CR6) Lei o qualcuno del suo nucleo familiare o qualche suo conoscente **è stato colpito dalla crisi** negli ultimi 12 mesi riguardo il lavoro?



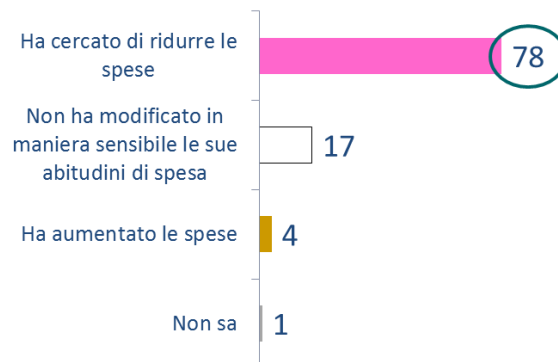
10.6) Nell'ultimo anno è capitato che, in momenti di particolare difficoltà, qualcuno abbia **supportato economicamente la sua famiglia?** (Risposta Singola)



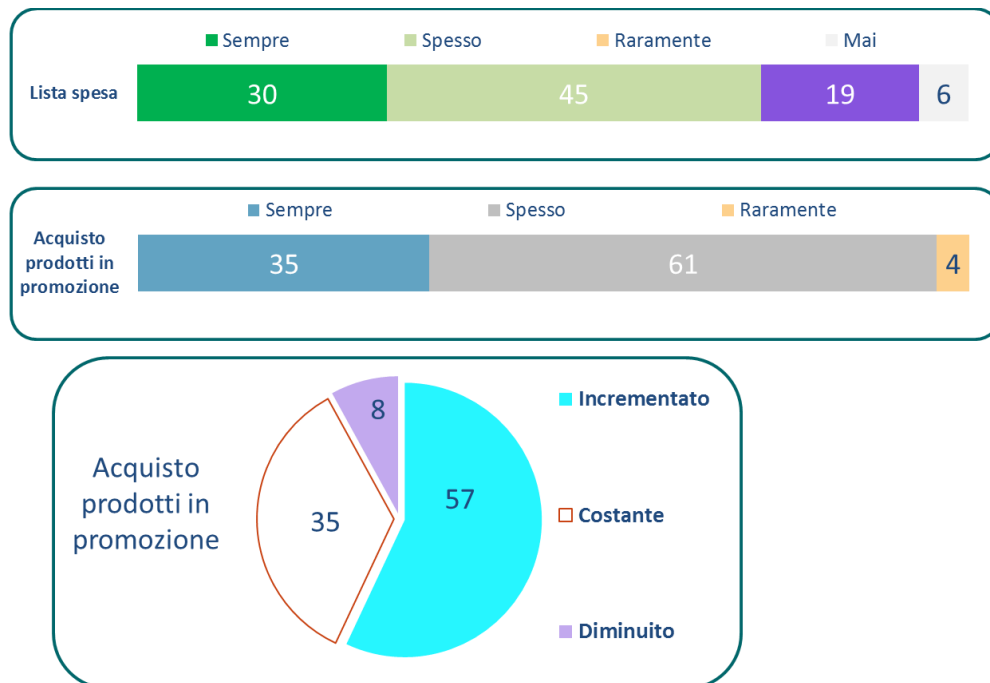
In un quadro generale in cui la situazione attuale non è delle più rosee, le famiglie intervistate cercano di fare economia: il 47% dichiara di aver diminuito la propria spesa familiare complessiva rispetto all'anno precedente (specie tra le persone più mature) e il 78% ha ridimensionato le proprie spese personali



1.B. Lei, personalmente, negli ultimi mesi... (Risposta Singola)

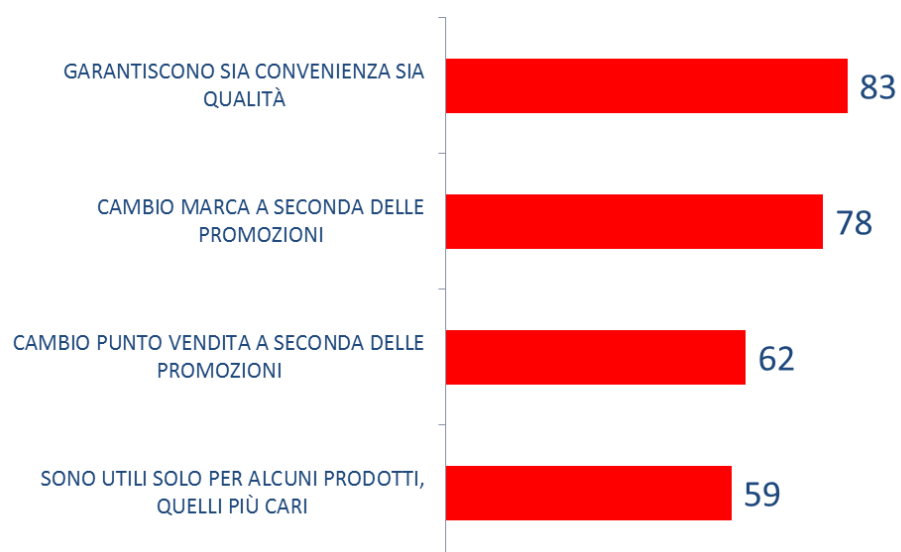


Nell'ottica di un ridimensionamento della spesa, per l'acquisto dei generi alimentari, tre intervistati su 4 si prepara preventivamente una lista (75%); inoltre la quasi totalità del campione (96%) si avvale, nell'acquisto di generi alimentari di prodotti in offerta/promozione con una quota incrementale nel tempo (57%).



E' opinione condivisa che i prodotti in offerta mantengano inalterata la qualità (83%) indipendentemente dal brand (78%). Circa due terzi del campione effettua una scelta del punto vendita in relazione alla presenza delle promozioni (62%)

% Molto + abbastanza d'accordo



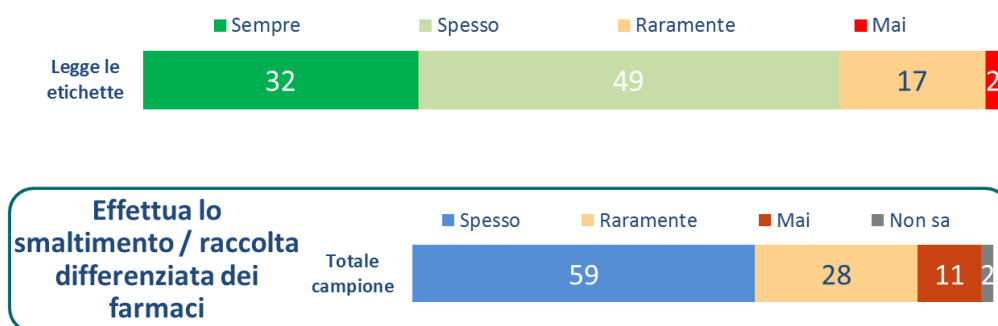
## Un consumatore più pragmatico ma anche più attento

Secondo il rapporto **Wast Watcher 2013** (\*) la percentuale degli italiani che sono attenti alla gestione del **cibo** ed evitano gli **sprechi alimentari** sarebbe salita di 7 punti percentuali rispetto all'anno precedente. Un altro segnale importante viene dalla **gestione del cibo** entro le mura domestiche *"Oggi il 63% degli intervistati dichiara che, quando il cibo è scaduto, controlla se effettivamente è andato a male oppure è ancora buono, e cerca comunque di riutilizzarlo"*.

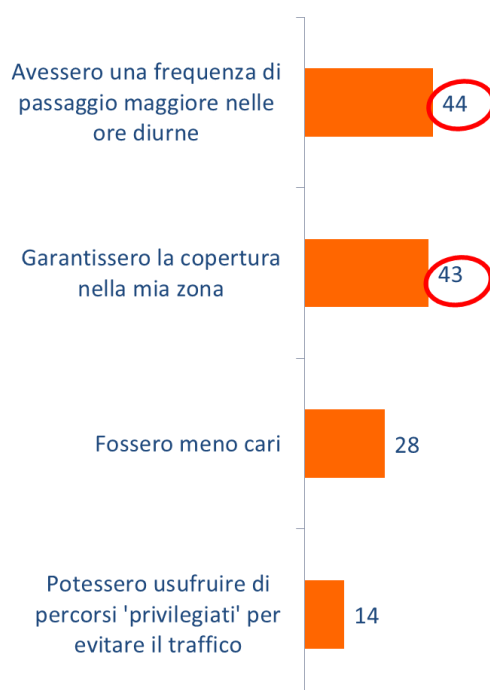
\*fonte: Osservatorio sugli sprechi alimentari delle famiglie italiane Waste Watcher

Una crescente attenzione del consumatore che lo rende più consapevole sia in ambito alimentare (l'81% legge le etichette dei prodotti alimentari, in particolare la data di scadenza), ma anche in tema di mobilità sostenibile (car pooling e car sharing) *"un'ottima risposta alle nuove esigenze di mobilità, spesso last minute, della popolazione. Muoversi in maniera agile, smart, abbattendo le emissioni di CO2 e socializzando è una formula che sempre più persone scelgono per ogni viaggio."*

e, non ultime, di buone pratiche di riciclo/ riutilizzo anche in tema di farmaci.



In tema di mobilità, l'autovettura rimane tuttavia il mezzo più utilizzato per gli spostamenti. Un tema ancora molto dibattuto è quello delle coperture; sia in termini territoriali che di orario.





## le nuove tecnologie come processo di consumer empowerment

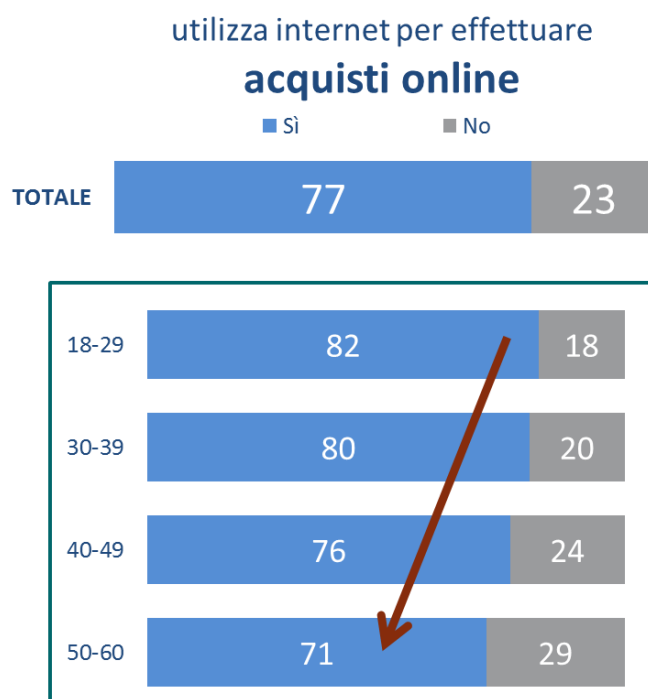
Secondo i dati Istat (Fonte "Istat – cittadini e nuove tecnologie - ") nel 2013 la quota di famiglie che dispone di un accesso ad Internet da casa e di un personal computer ammonta a rispettivamente 61%, al 63%, in incremento rispetto al 2012.

L'evoluzione di Internet ha condotto ad una spiccata crescita della interazione con gli altri attraverso i social network ma anche per partecipare a consultazioni o votazioni, come pure per ottenere informazioni su beni e servizi o per effettuare acquisti online (specie tra i servizi turistici o tra i servizi bancari o assicurativi). Internet consente di "aprire un occhio sul mondo", anche se il livello di diffusione delle tecnologie è, nel nostro paese fortemente condizionato dalla localizzazione geografica, dallo status sociale e dall'età.

Per quanto concerne la salute, secondo l'Istat nel 2013 si rileva un forte incremento dell'utilizzo di Internet per la ricerca di informazioni sanitarie (dal 45,1% del 2011 al 49,6%), specie tra le donne.

I dati Istat trovano riscontro nei risultati della ricerca.

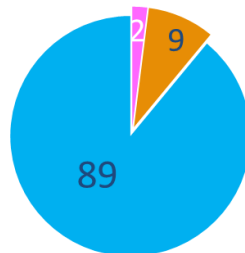
Secondo il campione intervistato il 77% ha utilizzato internet per acquisti o online o operazioni finanziarie; in particolare tra i giovani.



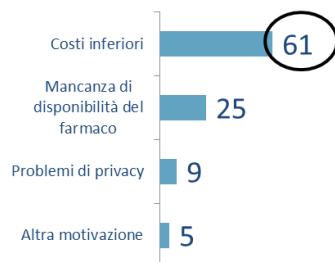
Nonostante il più accentuato utilizzo della rete nella ricerca di informazioni inerenti la salute appare ancora residuale la quota di coloro che effettuano acquisti di farmaci online (11% del totale campione). I motivi della reticenza sono legati principalmente al tema della sicurezza: 44% di chi non acquista infatti teme contraffazioni ed il 34% ritiene più sicuro l'acquisto in farmacia.

### Acquisto farmaci online

■ Sì, spesso ■ Sì raramente ■ No mai

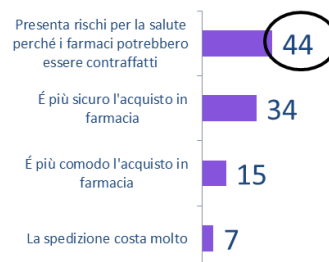


### Come mai è ricorso all'acquisto di farmaci online?



Base: coloro che hanno acquistato farmaci online (114)

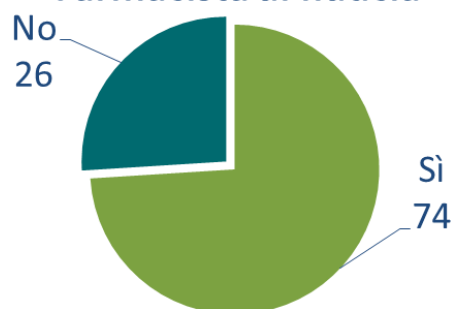
### Come mai NON acquista farmaci online?



Base: coloro che NON hanno acquistato farmaci online (886)

La figura del farmacista riveste infatti un ruolo importante tra gli intervistati: per ben 3 intervistati su 4 (74%) è presente un farmacista di fiducia cui rivolgersi per l'acquisto di farmaci.

### Farmacista di fiducia



Se in tema di salute la disintermediazione lascia il passo alla fiducia, riguardo i consigli in ambito finanziario i dati mostrano come, accanto alla fonte privilegiata costituita dalla propria banca, anche internet come fonte di autoconsultazione. E' altamente probabile che la diffusione delle nuove tecnologie sia stata propedeutica per un "*improvement*" della consapevolezza del consumatore; processo in fieri e tutt'altro che concluso.

### A chi ci si rivolge per avere informazioni su argomenti di interesse bancario?

