

L'Osservatorio

Findomestic - Mensile

Clima di fiducia
e intenzioni di acquisto
degli italiani

Indagine luglio 2013

Dati rilevati nel mese di giugno 2013

Publicazione mensile
A cura della Comunicazione Corporate
di Findomestic Banca spa
in collaborazione con IPSOS



Con la crisi gli Italiani ricorrono sempre di più al mercato dell'usato. Non più solo auto e moto. Ma anche libri, dischi, giocattoli. E computer, cellulari e persino capi d'abbigliamento. Il 48%, cioè uno su due, vi ha fatto ricorso o, a breve, vi farà ricorso. E il 41% ha affermato che nei prossimi mesi ricorrerà ancora di più a questo canale d'acquisto. Con i giovanissimi che ne danno una valutazione particolarmente positiva.

Anche questa è un'immagine della crisi che attraversa l'Italia. Un'Italia che a giugno fa segnare un grado di fiducia stabile ai minimi storici: 3,2 punti, contro il 3,13 del mese precedente.

Stabile anche il grado di propensione al risparmio, anch'esso in linea con il mese precedente: il 13% degli Italiani aumenterà i soldi che intende mettere da parte (a maggio la quota era del 13,4%).

Fino a qualche anno fa i consumatori facevano ricorso al mercato dell'**usato** solo per le auto e le moto. Oggi, con la crisi che ormai insiste da 5 anni, il rapporto che gli Italiani hanno con il mercato dell'usato è cambiato profondamente. E, secondo quanto rilevato dall'Osservatorio Mensile Findomestic sui beni durevoli, il 48% - ovvero uno su due – negli ultimi mesi vi ha fatto ricorso (o vi farà ricorso a breve) per comprare non solo auto e moto, ma anche computer, cellulari, dischi, giocattoli e, sempre di più, anche vestiti e capi d'abbigliamento. Un cambiamento che ha anche un profilo sociale, in termini di abitudini, prima ancora che squisitamente economico. Il 41% degli Italiani, inoltre, ha affermato che nei prossimi mesi intende incrementare il ricorso a questo canale d'acquisto.

Questo significa che il mercato dell'usato è destinato a crescere. Chi si rivolge al mercato dell'usato lo fa principalmente per motivi di convenienza e risparmio. Il fattore legato all'immagine – ovvero il piacere di disporre di un prodotto appena uscito dalla linea di produzione - viene giudicato secondario. Da segnalare, inoltre, che internet ha favorito la strutturazione di questo mercato, oggi perfettamente accessibile e molto efficiente per quel che riguarda le sue dinamiche. L'usato riscuote grande successo tra i giovani e i giovanissimi (fascia d'età 18 – 34 anni), più della metà dei quali (il 52%) vi farà ricorso più frequentemente in futuro. I più restii ad aumentare l'acquisto di beni usati sono, invece, i 45 – 64enni: il 13% di loro non ne vuole proprio sapere di comperare un bene giù appartenuto ad altri, solo il 38% si dice propenso, il 49% non sa.

Questa dell'usato è un'altra foto dell'Italia alle prese con la crisi, che ormai morde da 5 anni. Il **grado di fiducia** resta stabile sul mese precedente: 3,2 punti a giugno contro i 3,13 di maggio (su una scala che va da 1 a 10 e ha in 7 la sua soglia positiva).

Stabile, sempre rispetto al mese precedente, anche la **propensione al risparmio**: il 13% degli Italiani intende accrescere i soldi da mettere da parte nei prossimi 12 mesi. A maggio la quota era solo leggermente più alta: 13,4%.

Previsioni di acquisto a tre mesi

Elettrodomestici: perdono terreno sia i bruni sia i piccoli. Recuperano i grandi.

Passano dal 22,6 al 21,8% gli Italiani che si sono detti pronti, a giugno, a

comprare un piccolo elettrodomestico nei prossimi 3 mesi. Per i bruni il calo è stato di 1,5 punti (da 15,9 a 14,4). In contro tendenza i grandi elettrodomestici.

I consumatori intenzionati ad acquistarne uno sono passati dal 12,6% di maggio al 13,6% di giugno. Gli importi medi di spesa preventivati, invece, sono tutti in calo: 648 euro per i grandi, 609 per i bruni, 141 per i piccoli (contro, rispettivamente i 690, 625 e 154 euro fatti segnare a maggio).

Informatica, telefonia e fotografia: giù le previsioni di acquisto per telefonini, pc e tablet. In lieve crescita quelle di foto e videocamere

Calano le previsioni di acquisto per telefonini e pc e, seppure leggermente, anche per i tablet. Risale, seppur di poco, la quota di Italiani intenzionati a comperare una fotocamera o una videocamera (dal 10,5% di maggio al 10,7 di giugno). Come per gli elettrodomestici, anche in questo settore gli importi di spesa preventivati sono in calo. Un esempio: i 521 euro previsti a maggio per l'acquisto di un pc a giugno sono scesi a 507.

Auto e moto: calano le previsioni di acquisto di auto nuove e motocicli; risale l'auto usata.

Dopo la timida ripresa di maggio, l'auto nuova perde un po' di terreno, con la quota degli intenzionati all'acquisto che scende dall'8% al 7,6. Uno scostamento di 0,4 punti percentuali, ma questa volta positivo, che interessa anche l'auto usata (da 6,2 a 6,6 la percentuale di chi ne vuole comperare una da qui a settembre). Perdono invece 0,8 punti (da 4,2 a 3,4) le previsioni di acquisto di motocicli e scooter. Per questi ultimi, però, gli importi medi di spesa previsti crescono leggermente: i 2.811 euro di maggio, infatti, a giugno sono diventati 3.053.

Per l'auto nuova, invece, si è passati da 18.577 a 18.098 euro mentre, per l'auto usata, da 6.922 euro si è scesi a 6.853.

Casa e arredamento: previsioni in linea con il mese precedente per l'acquisto di mobili e di case. Cala leggermente la propensione alle ristrutturazioni








Le previsioni di acquisto di mobili e altri complementi d'arredo resta stabile rispetto a maggio, con un 12,6% di Italiani intenzionato all'acquisto, contro il 12,7% rilevato il mese precedente, maggio per l'appunto (con l'importo medio di spesa che cala da 1.904 a 1687 euro). Passano da 3,8 a 3,9% quelli che, invece, si dicono intenzionati ad acquistare casa. Mentre scendono dal 9,6 al 9,2% coloro che vorrebbero ristrutturare la propria casa o il proprio appartamento.

Tempo libero: prosegue il trend positivo per l'acquisto di viaggi e vacanze; fai – da – te in calo mentre le attrezzature sportive guadagnano terreno.

Continua il trend positivo circa le intenzioni di acquisto di un viaggio o una vacanza, con gli interessati che passano dal 34,9% del mese scorso al 35,1 di giugno.

Calano, invece, gli intenzionati a comperare attrezzature per il fai – da – te (dal 23,9% al 21,6) mentre tengono le previsioni per l'acquisto di abbigliamento e\o attrezzature sportive (dal 22,3% al 22,9).

La sintesi dei trend

Scenario socio-economico		<p><i>L'aumento dell'inflazione tendenziale si stabilizza dopo mesi di contrazione. Continua il trend negativo della disoccupazione, sale la produzione nel settore delle costruzioni e si riducono le ore di cassa integrazione.</i></p>
Sentiment		<p><i>Dopo la caduta del tasso di risparmio dovuta alla crisi e alla necessità di utilizzare le scorte per conservare un dignitoso tenore di vita, tale dimensione economica cresce. Di contro si rileva pessimismo sulla situazione personale attuale e sulle aspettative sulla situazione economica italiana.</i></p>
Tempo libero		<p><i>Continuano ad essere positive le intenzioni degli italiani circa viaggi e vacanze nei mesi estivi ormai alle porte. Anche l'intenzione d'acquisto delle attrezzature sportive è in rialzo, in linea con le tendenze di questo periodo dell'anno.</i></p>
Elettrodomestici		<p><i>Fatica a riprendersi il settore degli elettrodomestici in generale. La tendenza del consumatore è quella di contenere le spese per alcuni accessori, che nel tempo vengono sostituiti con minore frequenza o di cui spesso si decide di fare a meno.</i></p>
Informatica, telefonia e fotografia		<p><i>Nel mese di maggio sono state molte le rinunce fatte dai consumatori, che hanno inciso su questi mercati. L'unica nota positiva è rappresentata dagli acquisti, già realizzati ma anche potenziali, di fotocamere e videocamere, fenomeno probabilmente legato alle vacanze estive.</i></p>
Veicoli		<p><i>Crescono gli acquirenti di automobili nel mese precedente (maggio), sia nuove che usate, ma a questo fenomeno d'interesse si contrappongono le contrazioni delle aspettative di acquisto a tre mesi dei veicoli nuovi monitorati. Regge in modo più strutturale l'usato.</i></p>
Casa		<p><i>Nel mese di giugno il mercato degli immobili pare essersi stabilizzato sui livelli del mese precedente, soprattutto per quanto riguarda le previsioni d'acquisto di casa e di mobili, ma anche di ristrutturazione. È un mercato stabile nella negatività, non certo agevolato dal credito.</i></p>

Alcuni dati di scenario

Lo scenario socio-economico



Cosa è diminuito?

- La produzione del settore industriale (-0.3 punti %)
- Ore di cassa integrazione

❖ A maggio il numero di ore di cassa integrazione si riducono (89 milioni contro le 100 milioni di aprile).



Cosa è rimasto stabile?

- Il tasso di disoccupazione in Europa
- L' aumento dell' ' inflazione

❖ Dopo la lunga discesa del tasso di inflazione tendenziale (mese su stesso mese anno precedente), iniziata a ottobre del 2012, si stabilizza a maggio all'1.1%.



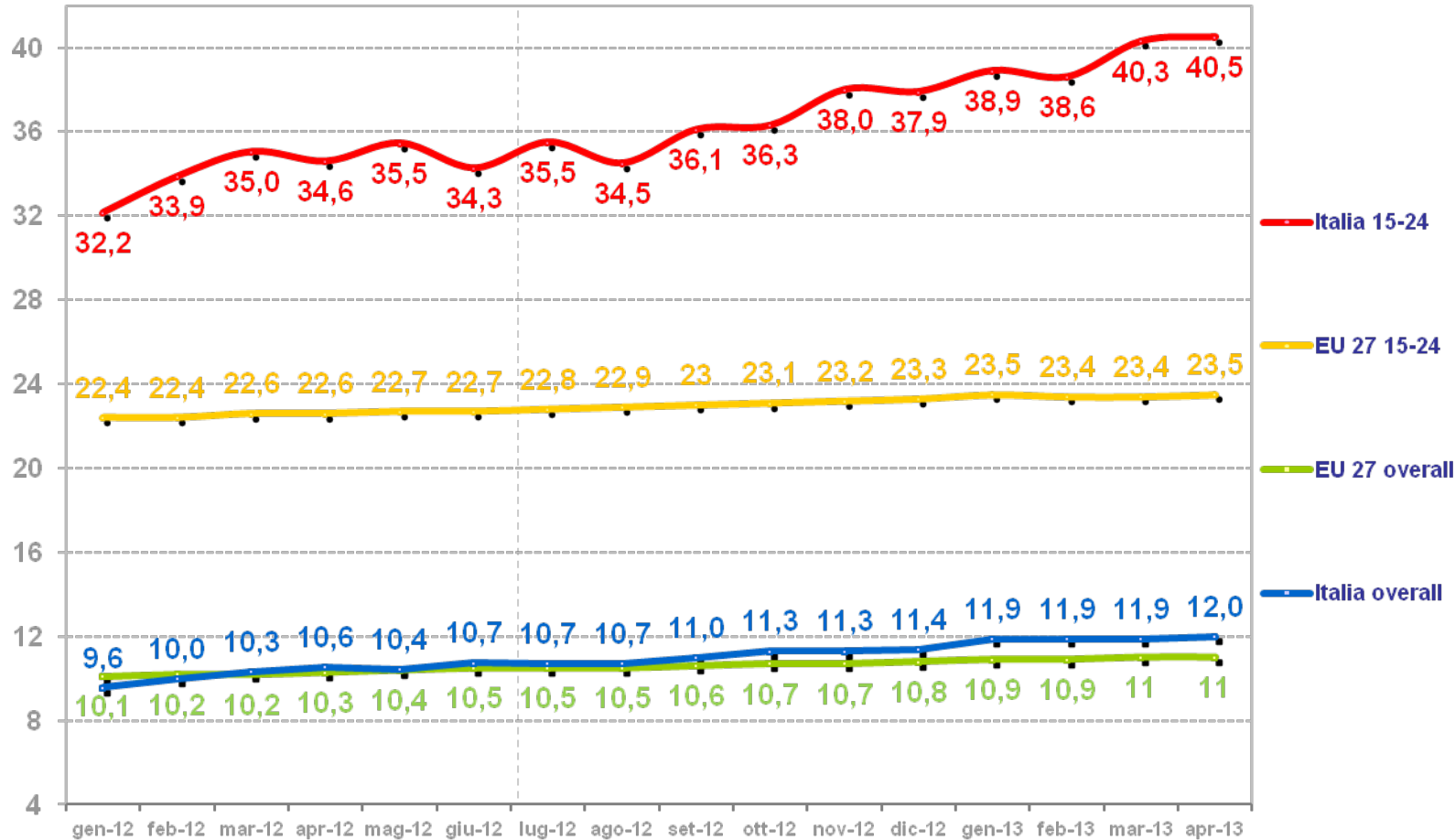
Cosa è aumentato?

- Il tasso di disoccupazione giovanile in Italia (+0.2 punti %) ed in Europa (+0.1 punti %)
- Il tasso di disoccupazione overall in Italia (+0.1 punti %)
- La produzione legata al settore delle costruzioni

❖ Dopo il trend negativo avviato a dicembre 2012, inverte l'andamento e cresce finalmente la produzione legata al settore delle costruzioni, in modo sostanziale (+3.9 punti %).

Crescono, seppur in lieve misura, il tasso di disoccupazione giovanile e quello overall

Valori %



✓ Andamento del tasso di disoccupazione trimestrale + ultimi dati mensili (da febbraio 2012) - DESTAGIONALIZZATI

✓ Rapporto tra persone in cerca di occupazione e il totale di persone occupate e in cerca di occupazione

✓ Campione: popolazione 15 anni e più

FONTE: Istat (giugno 2013)

Eurostat (giugno 2013)

Il sentiment

Il sentiment



Cosa è diminuito?

- La soddisfazione circa la situazione personale (in modo molto lieve)
- Le aspettative circa l'aumento del risparmio e il miglioramento della situazione italiana
- Coloro che hanno fatto ricorso ad almeno una forma di finanziamento (- 0.5 punti %) ed in particolare, a credito al consumo e prestiti personali

❖ *La riduzione dell'accesso a finanziamenti quali credito al consumo (-1.2 punti %) e prestiti personali (-2.2 punti %), accompagnata dall'aumento del risparmio, non sono certo fatti che agevolano consumi e ripresa della domanda interna. Inoltre, tale difficoltà nell'accesso al credito di consumo si contrappone ad un aumento della richiesta di mutui, ma anche di prestiti a parenti e amici*



Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?

- La soddisfazione circa la situazione italiana
- Coloro che sono riusciti a risparmiare e la percentuale media di reddito risparmiato
- Coloro che hanno richiesto un mutuo o un prestito ad amici e parenti

❖ *Il lieve miglioramento della percezione della situazione italiana fa da contrappeso alla diminuita fiducia per la situazione personale.*

❖ *È altresì importante sottolineare l'ascesa di coloro che sono riusciti a risparmiare nell'ultimo mese (+3 punti %) e la percentuale media di reddito risparmiato calcolato sulla totalità degli intervistati (+1.6 punti %)*

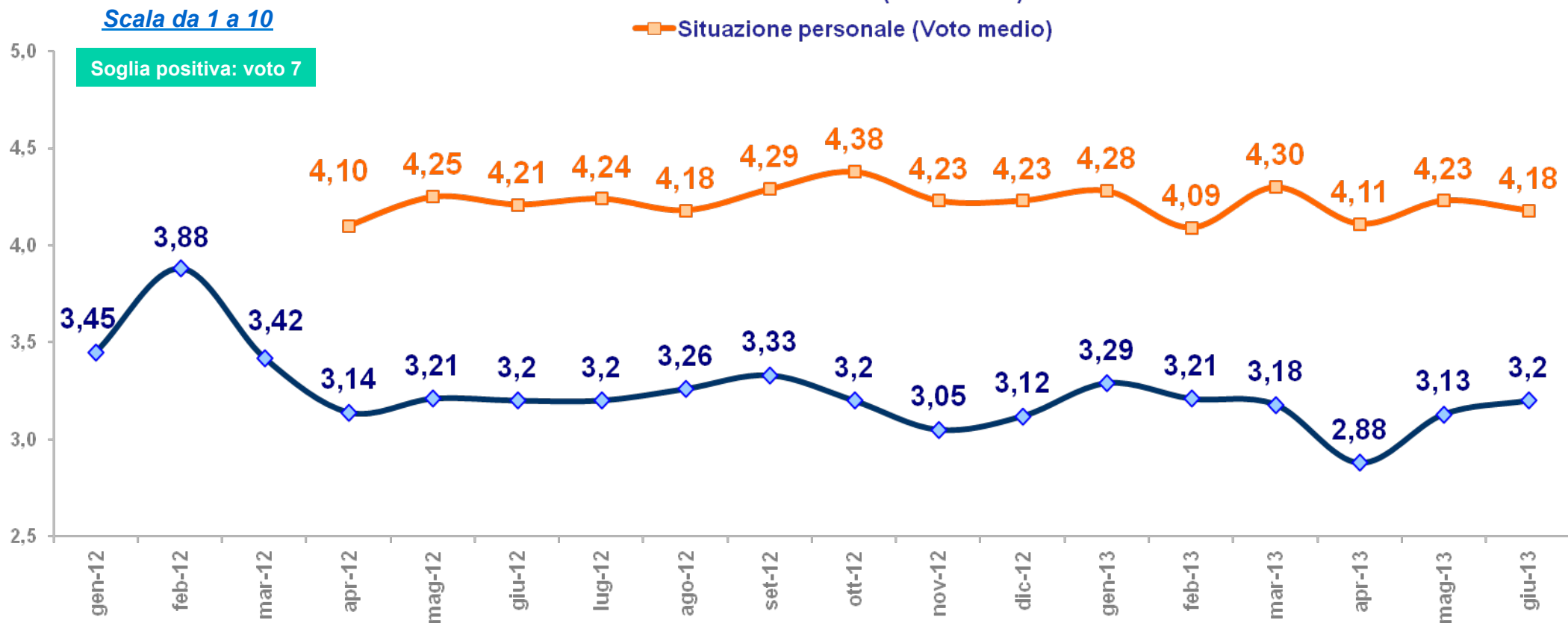
Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana e la situazione personale

In che misura lei è soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica e sociale)?

In che misura lei è soddisfatto della sua attuale condizione economica?

La Soddisfazione

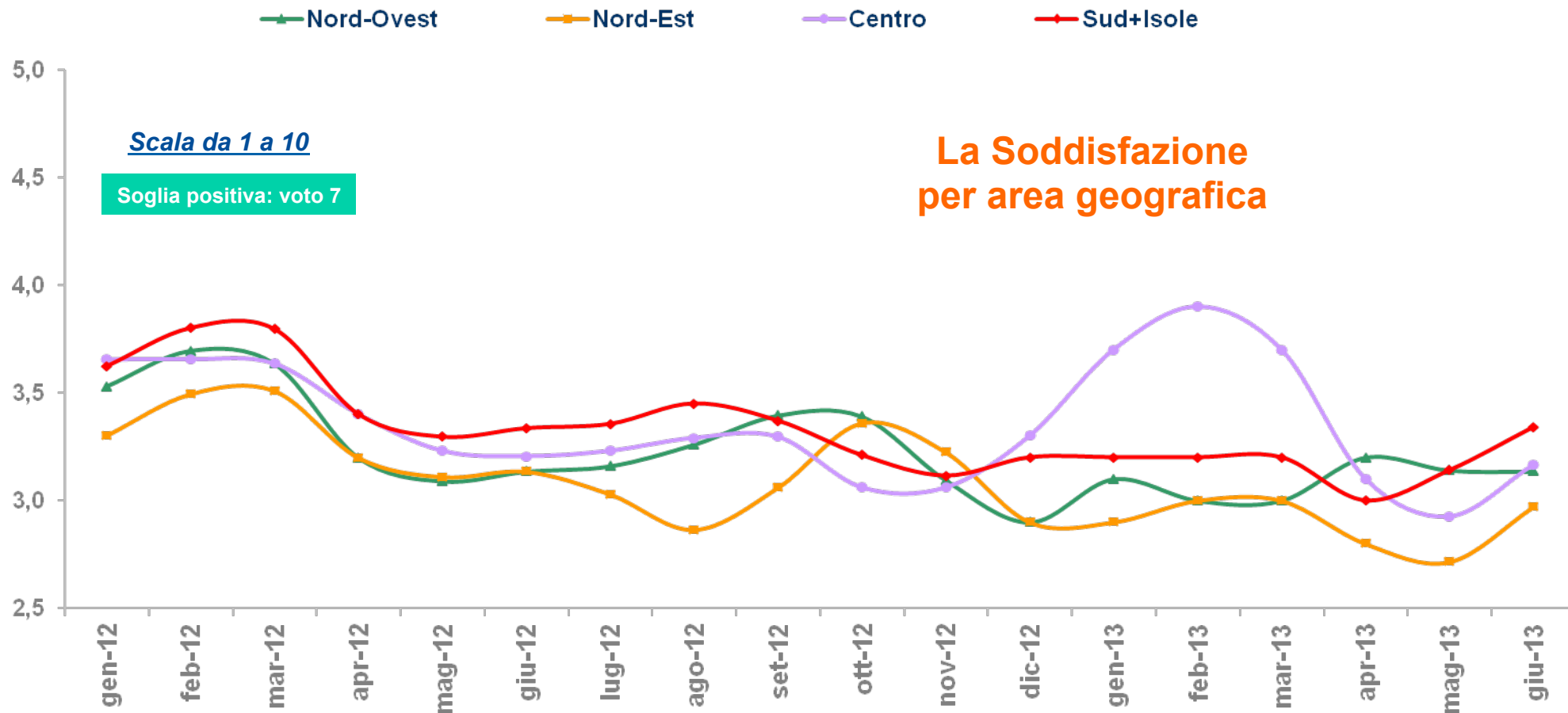
Base: totale campione 504
Dato su base wave di giugno



Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

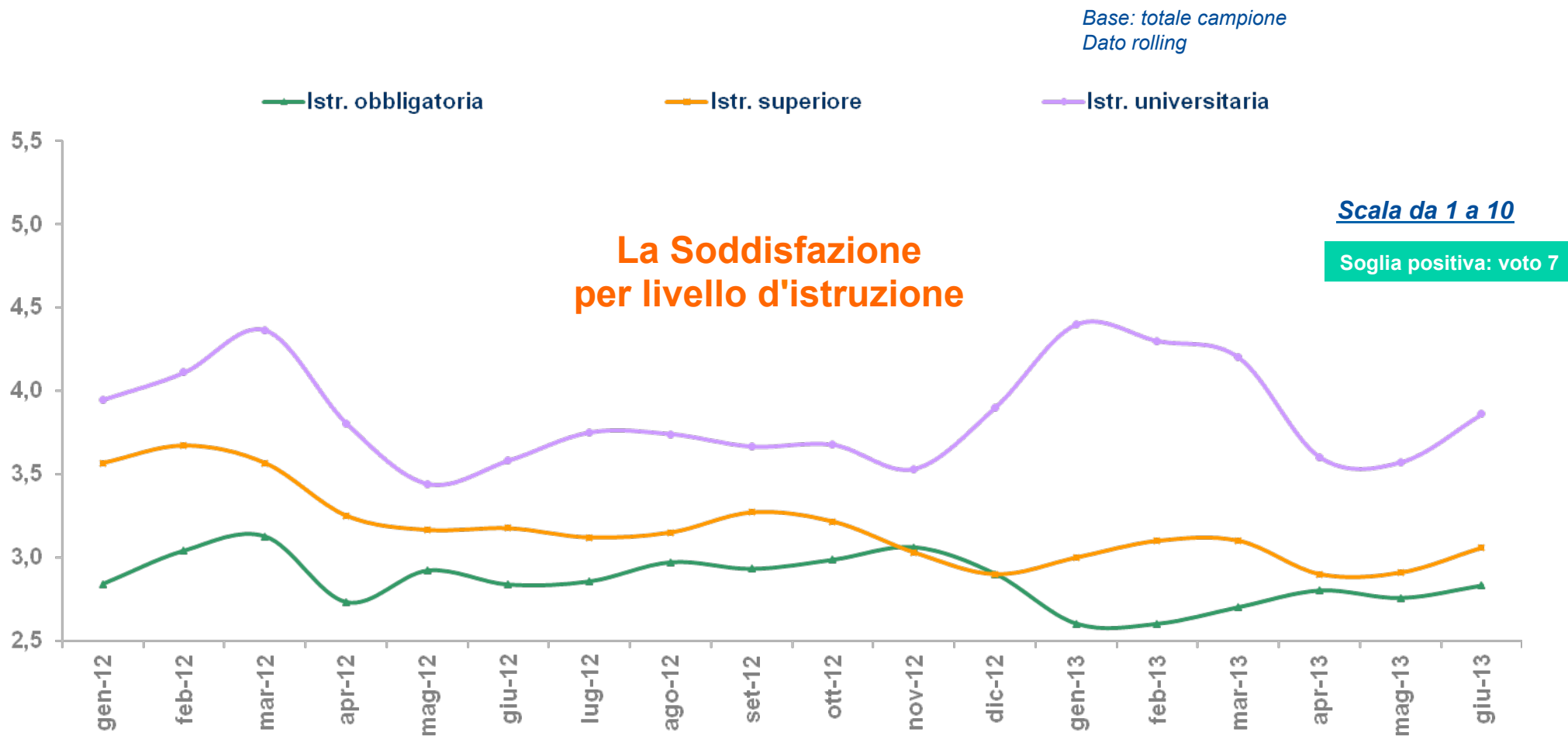
Analisi per area geografica (voti medi)

Base: totale campione
Dato rolling



Il grado di soddisfazione circa la situazione italiana

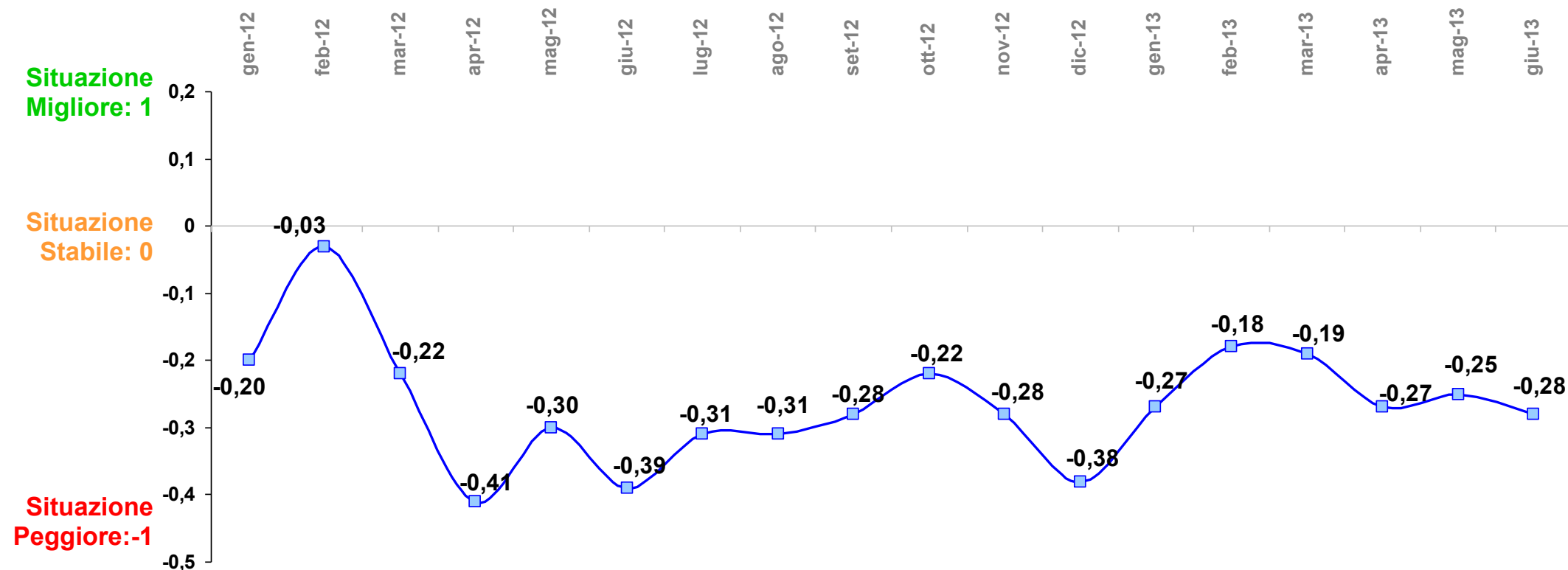
Analisi per livelli di istruzione (voti medi)



Le previsioni sulla situazione italiana a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi, la situazione italiana, nel suo complesso sarà migliore o peggiore?

Base: totale campione 504
Dato su base wave di giugno

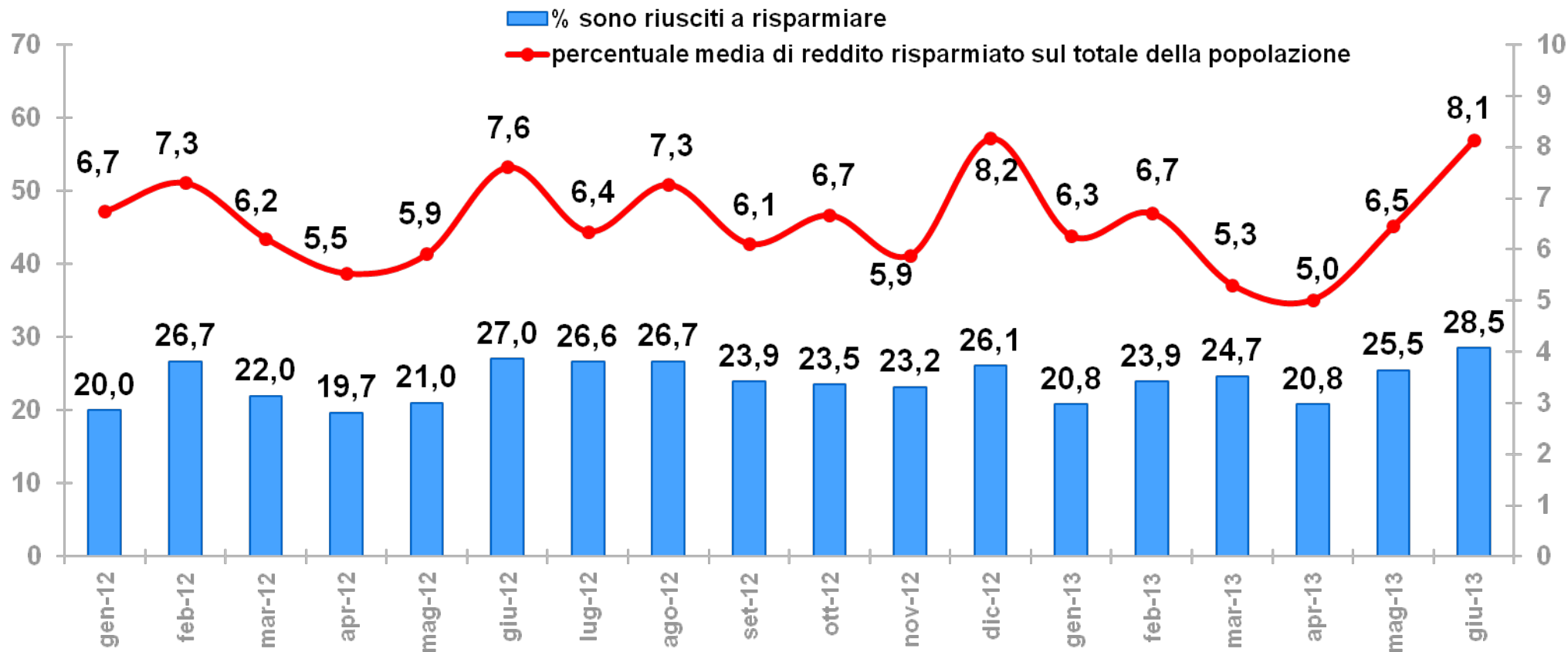


Il risparmio dell'ultimo mese

Nell'ultimo mese Lei/la sua Famiglia è riuscito/a a risparmiare parte del reddito guadagnato?
Che percentuale del suo reddito mensile è riuscito/a a risparmiare?

Valori %

Base: totale campione 504
Dato su base wave di giugno

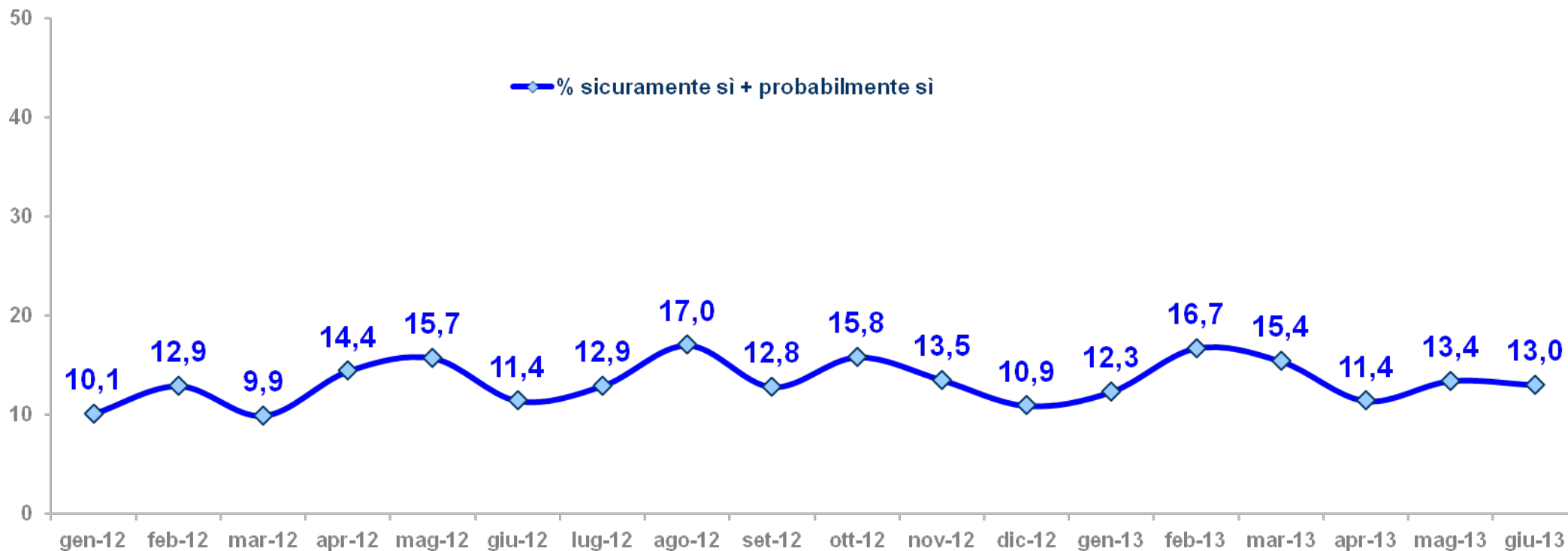


L'aspettativa personale all'aumento del risparmio a 12 mesi

Lei ritiene che nel corso dei prossimi 12 mesi lei aumenterà l'importo di denaro che riesce a mettere da parte personalmente come risparmio? (da ottobre 2009)

Valori %

Base: totale campione 504
Dato su base wave di giugno



Il tempo libero

Il tempo libero

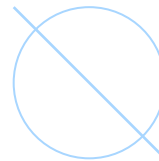


Cosa è diminuito?

- Le previsioni di acquisto di attrezzature per il fai-da-te a tre mesi (-2.3 punti %)



Cosa è rimasto stabile?



Cosa è aumentato?

- Le previsioni di acquisto di viaggi e vacanze (+0.2 punti percentuali)
 - Le previsioni sempre a tre mesi circa l'acquisto di attrezzature e abbigliamento sportivi (+0.6 punti %)
- ❖ *Resta positivo il trend relativo all'acquisto potenziale di viaggi e vacanze, rispecchiando il momento stagionale*
 - ❖ *Aumenta inoltre la previsione d'acquisto per le attrezzature sportive, fattore anch'esso connesso alla bella stagione*

Quanti prevedono di sostenere delle spese per il TEMPO LIBERO nei prossimi tre mesi

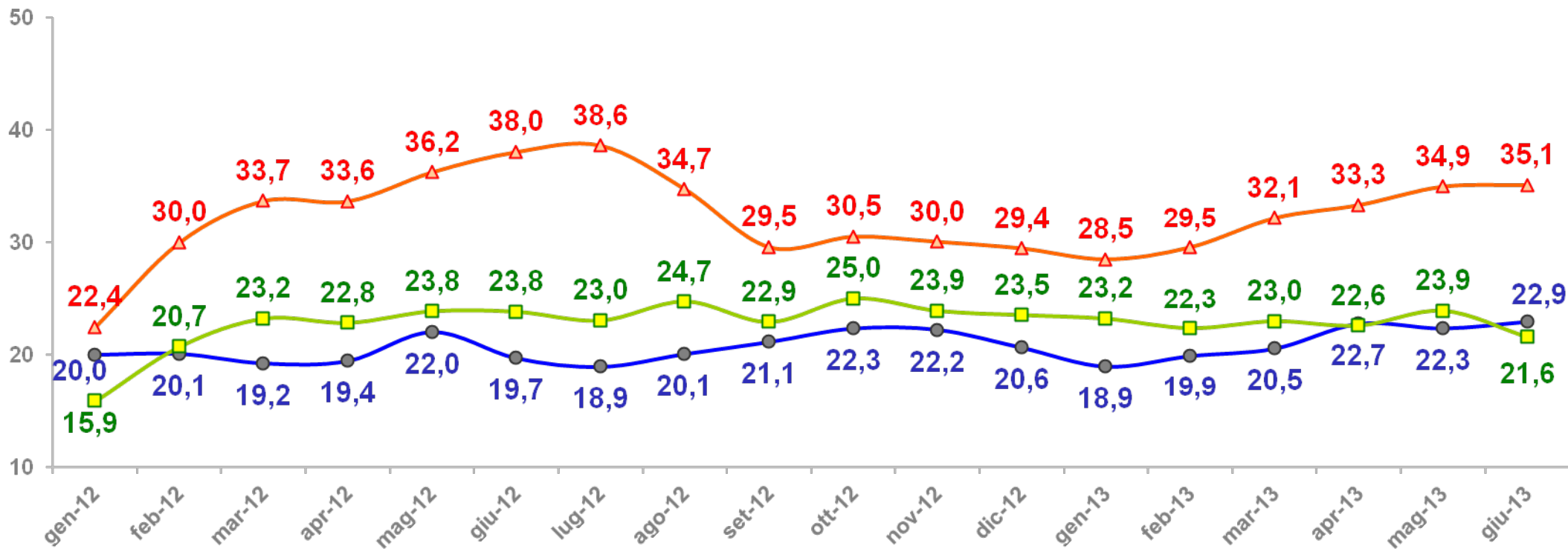
Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling

▲ Viaggi, vacanze ● Attrezzature e abbigliamento sportivi ■ Attrezzature fai-da-te



Gli elettrodomestici

Gli elettrodomestici



Cosa è diminuito?

- Il numero di compratori ma anche la spesa media effettuata nel mese precedente per l'acquisto di elettrodomestici piccoli e grandi
 - Le previsioni a 3 mesi di acquisto di piccoli elettrodomestici, TV e Hi-Fi
 - La spesa media prevista per l'acquisto dei beni di tutte e tre le categorie
- ❖ *Decresce in maniera non indifferente il consumo di piccoli (-2.8 punti % a maggio rispetto ad aprile) e grandi elettrodomestici (-0.3 punti %), trend al quale corrisponde anche una diminuzione della spesa media.*
 - ❖ *Si flette anche la previsione d'acquisto di TV e Hi-Fi (-1.5 punti % rispetto al mese scorso) e di piccoli elettrodomestici (-0.8 punti %).*
 - ❖ *La spesa prevista per l'acquisto di Piccoli elettrodomestici si riduce di 13€, per TV e Hi-Fi di 16€ e quella relativa ai Grandi elettrodomestici di 42€.*



Cosa è rimasto stabile?

- Il numero di acquirenti di TV e Hi-Fi nel mese passato
- ❖ *Tra gli elettrodomestici la categoria di TV e Hi-Fi sembra essere quella che si mantiene più stabile, sia perché il numero di acquirenti non cambia affatto sia perché cresce la spesa media sostenuta*



Cosa è aumentato?

- La spesa media effettuata nel mese precedente per l'acquisto TV e Hi-Fi (+50 € circa)
 - Il numero di acquirenti potenziali (a tre mesi) di grandi elettrodomestici
- ❖ *Si rileva la volontà di acquistare grandi elettrodomestici nei prossimi tre mesi (+1.2 punti %) ma smette di crescere il livello medio del prezzo che si è disposti a pagare*

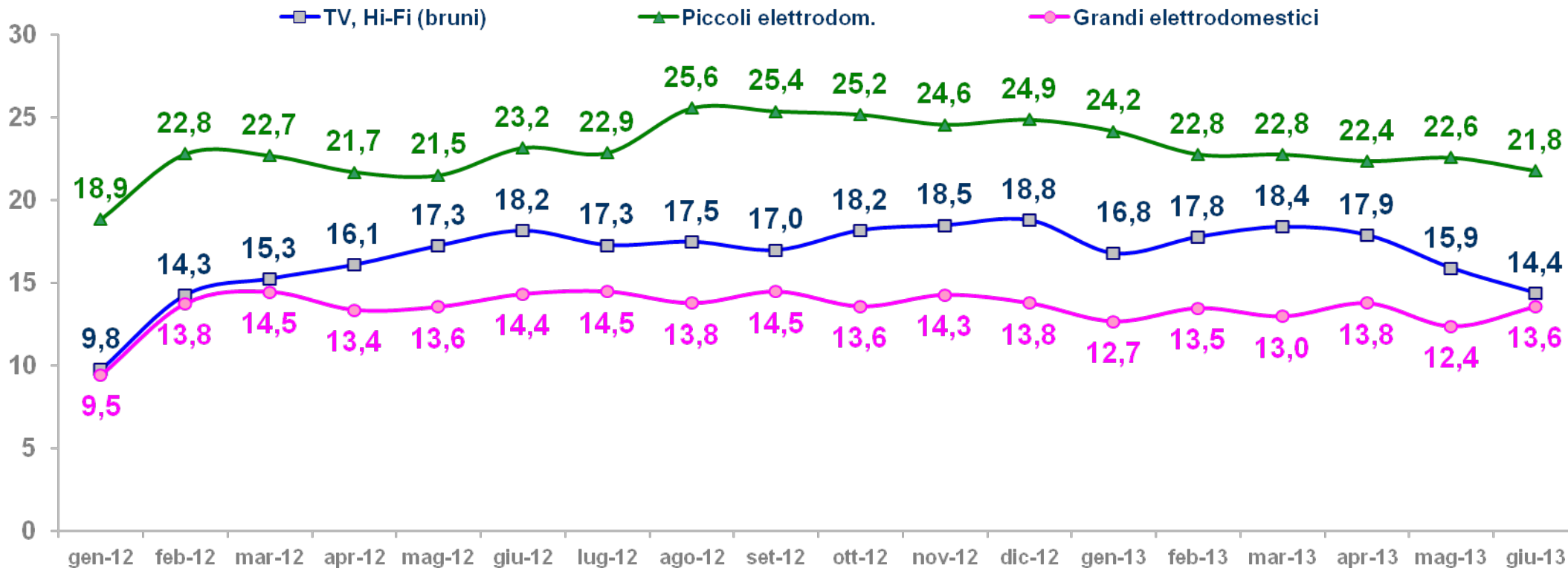
Quanti prevedono di acquistare ELETTRODOMESTICI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling

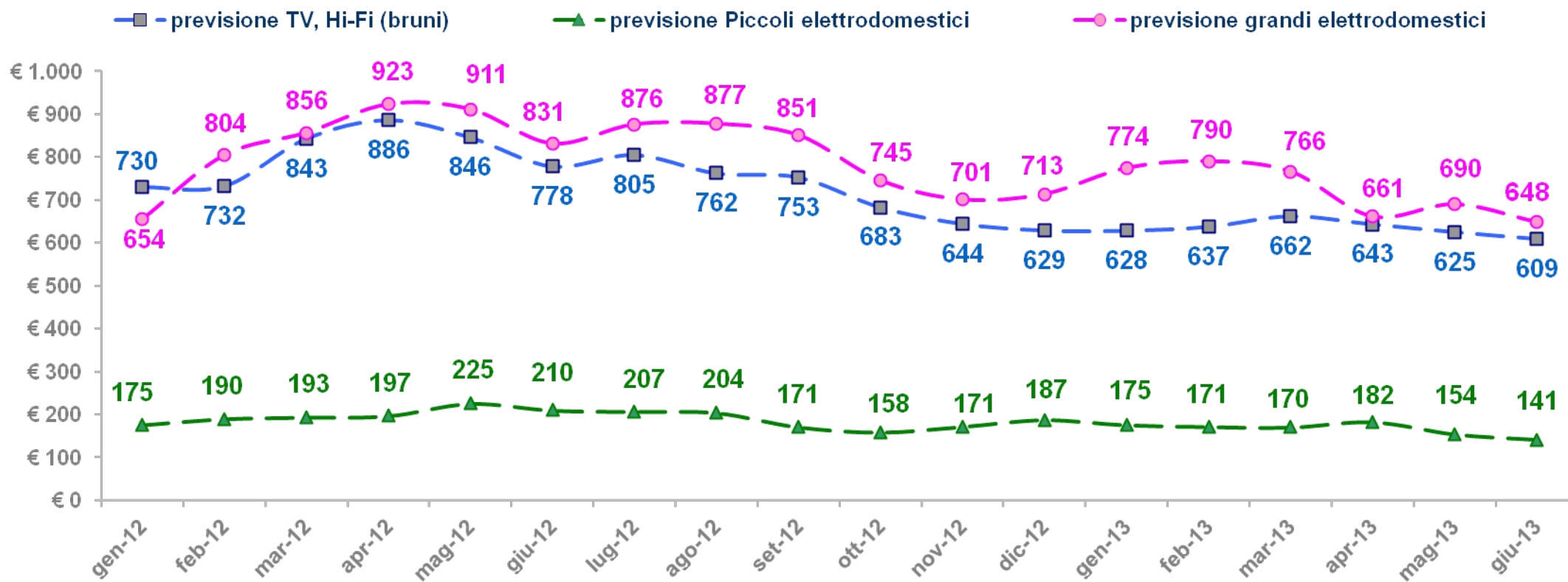
Valori %



L'ammontare medio di spesa previsto per gli ELETTRODOMESTICI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Da febbraio 2012: dato rolling



Informatica, telefonia e fotografia

Informatica, telefonia e fotografia



Cosa è diminuito?

- Coloro che hanno fatto acquisti di tutte e quattro le categorie
- La spesa media effettuata per l'acquisto di tablet (-25€), PC e accessori (-47€) e telefonia (-31€)
- Il numero di persone intenzionate ad acquistare nei prossimi tre mesi prodotti di telefonia (-0.8 punti %), tablet ed e-book (-0.2 punti %) e PC e accessori (-1.3 punti %) e anche la spesa prevista per le tre categorie

❖ *Si può affermare che a giugno si rileva una contrazione generale di questo mercato (tecnologia), sia in termini di acquirenti del mese precedente, sia in termini di prospettive a tre mesi: è un dato preoccupante, trattandosi del mercato che più di tutti in questi anni difficili ha trainato i consumi e i desideri dei consumatori*



Cosa è rimasto stabile?

- Il prezzo previsto per l'acquisto di fotocamere e videocamere



Cosa è aumentato?

- La spesa effettuata nel mese precedente per l'acquisto di fotocamere e videocamere
- Previsione d'acquisto per fotocamere e videocamere
- ❖ *Interessante è l'aumento del prezzo speso per fotocamere e videocamere nel mese precedente (+30€) e i potenziali acquirenti per i prossimi tre mesi (0.2 punti %).*

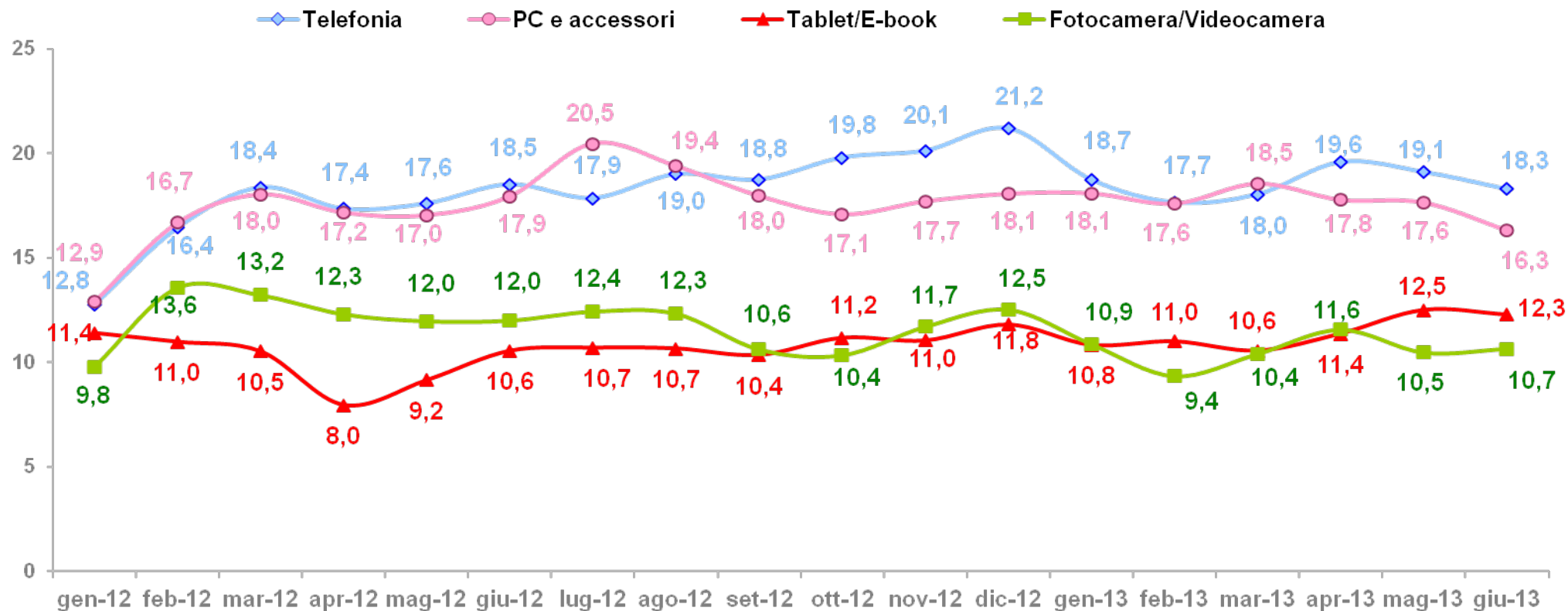
Quanti prevedono di acquistare informatica, telefonia e fotografia nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

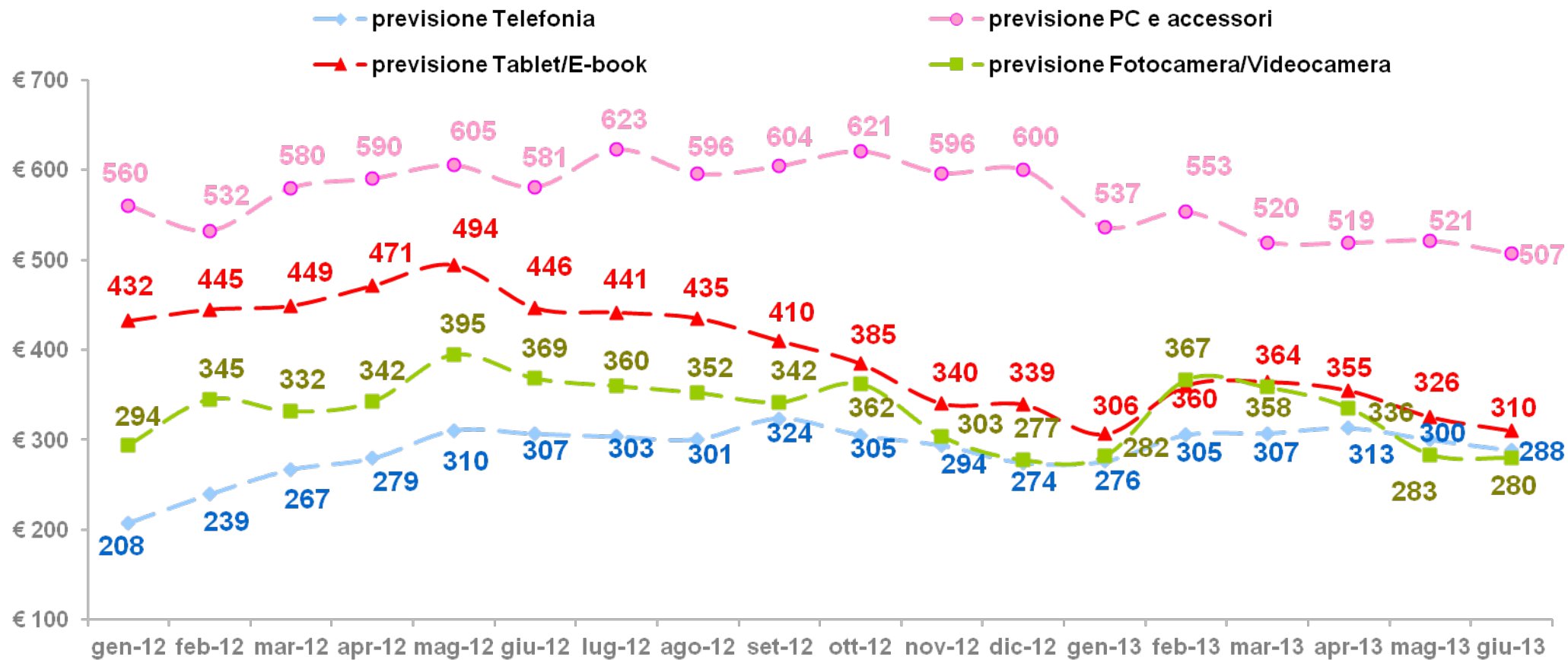
Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per informatica, telefonia e fotografia a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Da febbraio 2012: dato rolling



I veicoli

I veicoli



Cosa è diminuito?

- Gli acquirenti di moto e scooter (-0.2 punti %) e il prezzo pagato per tali beni (-429€)
- I potenziali acquirenti di auto nuove (-0.4 punti %) e scooter (-0.8 punti %)
- La spesa prevista per l'acquisto di automobili nuove (-479€) e usate (-69€)

❖ *Per i prossimi tre mesi, la riduzione potenziale degli acquisti (e dei relativi prezzi) di veicoli nuovi, viene compensata dalla crescita della propensione all'acquisto di auto usate*



Cosa è rimasto stabile?

- La spesa media effettuata per l'acquisto di un'auto usata



Cosa è aumentato?

- Il numero di acquirenti nel mese precedente di automobili nuove (+0.5 punti %) e usate (+0.4 punti %)
- La spesa media effettuata per l'acquisto di auto nuove (+632€)
- La previsione d'acquisto di automobili usate
- La spesa prevista per l'acquisto di moto e scooter

❖ *È positivo il trend dell'acquisto e del prezzo pagato di automobili sia nuove sia usate nel mese scorso, così come è favorevole l'andamento dell'acquisto a tre mesi di auto usate*

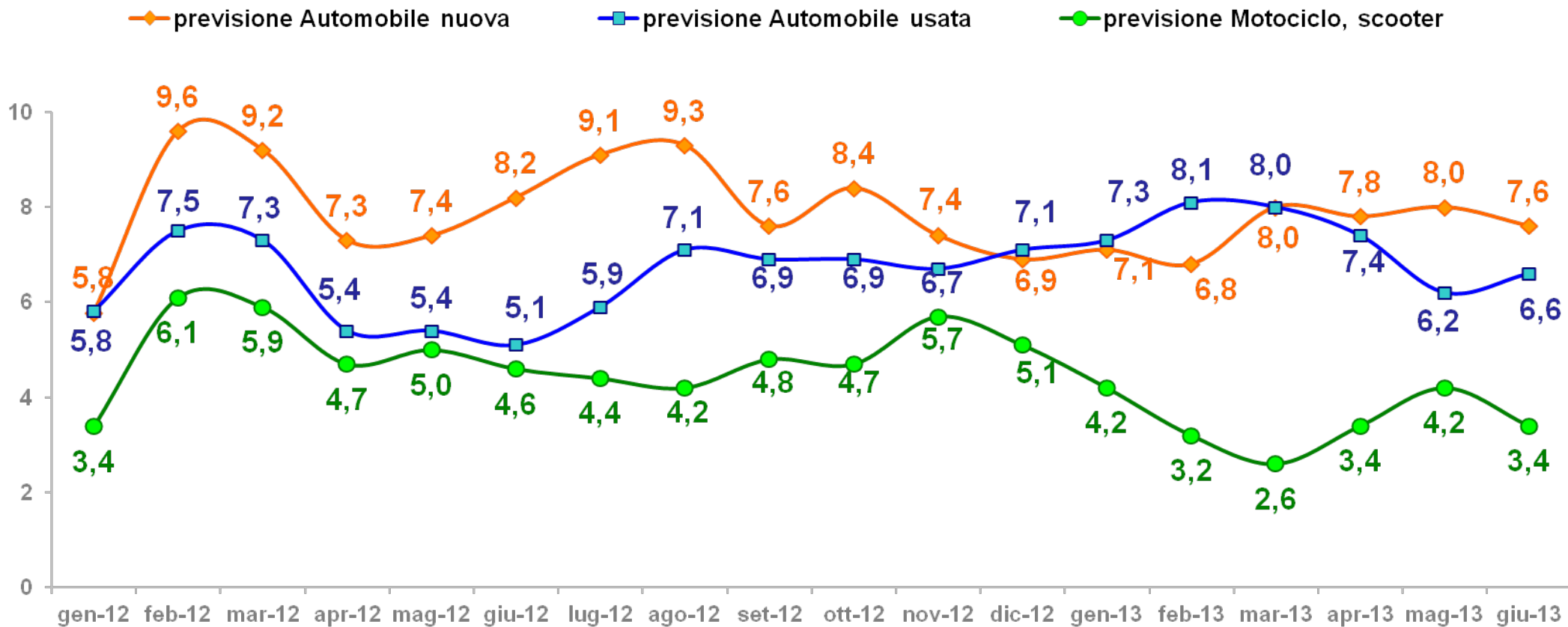
Quanti prevedono di acquistare VEICOLI nei prossimi 3 mesi

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

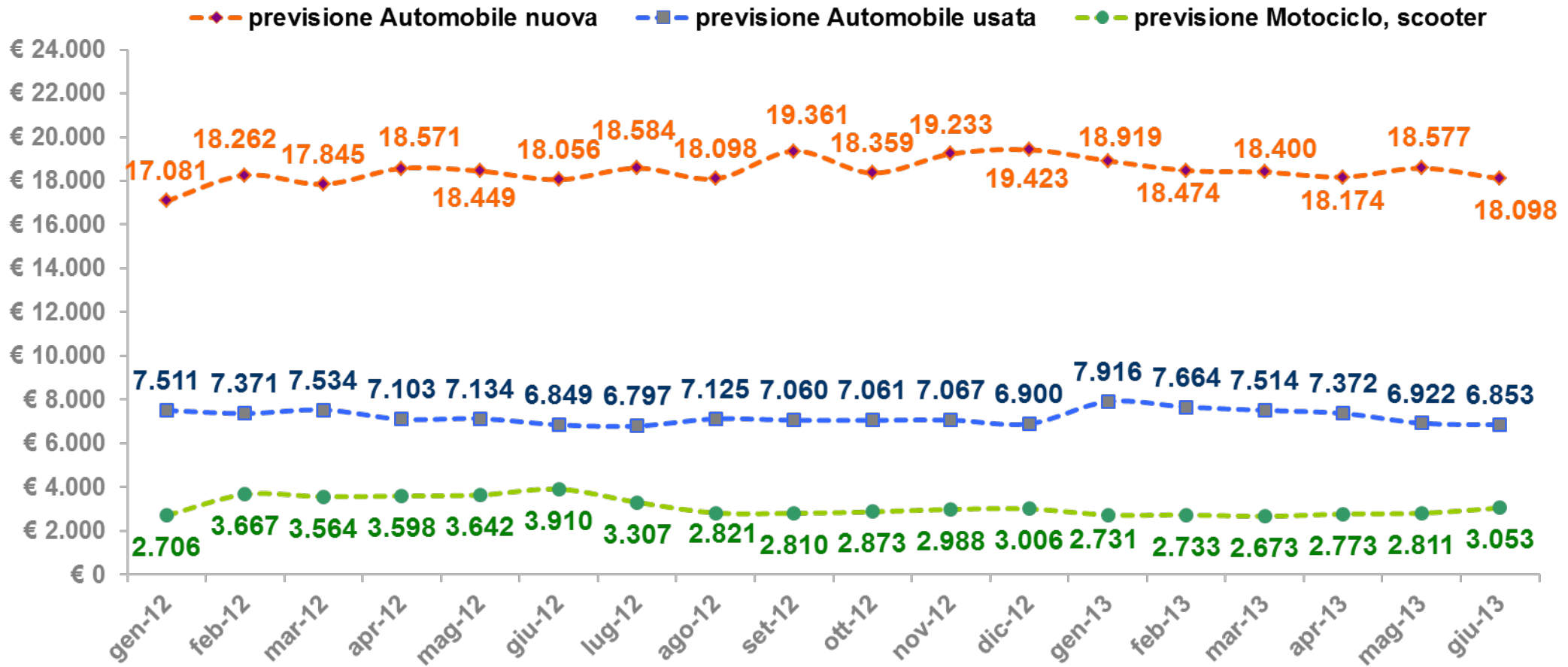
Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i VEICOLI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Da febbraio 2012: dato rolling



La casa

La casa



Cosa è diminuito?

- Gli acquisti nel mese precedente di mobili
- L'ammontare medio previsto (per i prossimi tre mesi) per l'acquisto di mobili
- La previsione relativa alle ristrutturazioni (-0.4 punti %)

- ❖ *Diminuiscono di 0.8 punti % coloro che affermano di aver acquistato mobili nel mese precedente, confermando un trend negativo già rilevato nei mesi precedenti; gli italiani arredano di meno durante la lunga crisi*
- ❖ *La spesa media prevista per l'acquisto della mobilia scende di ben 217€*



Cosa è rimasto stabile?

- Coloro che intendono acquistare casa ma anche mobilia

- ❖ *Il lievissimo aumento (pari allo 0,1%) segnala in verità una situazione essenzialmente stabile, il cui trend verrà riconfermato nelle prossime rilevazioni*



Cosa è aumentato?

- La spesa media effettuata per l'acquisto di mobili (+103€)

- ❖ *Nonostante la diminuzione del numero degli acquirenti, è stato rilevato un lieve aumento della spesa media necessaria per l'acquisto di mobili*

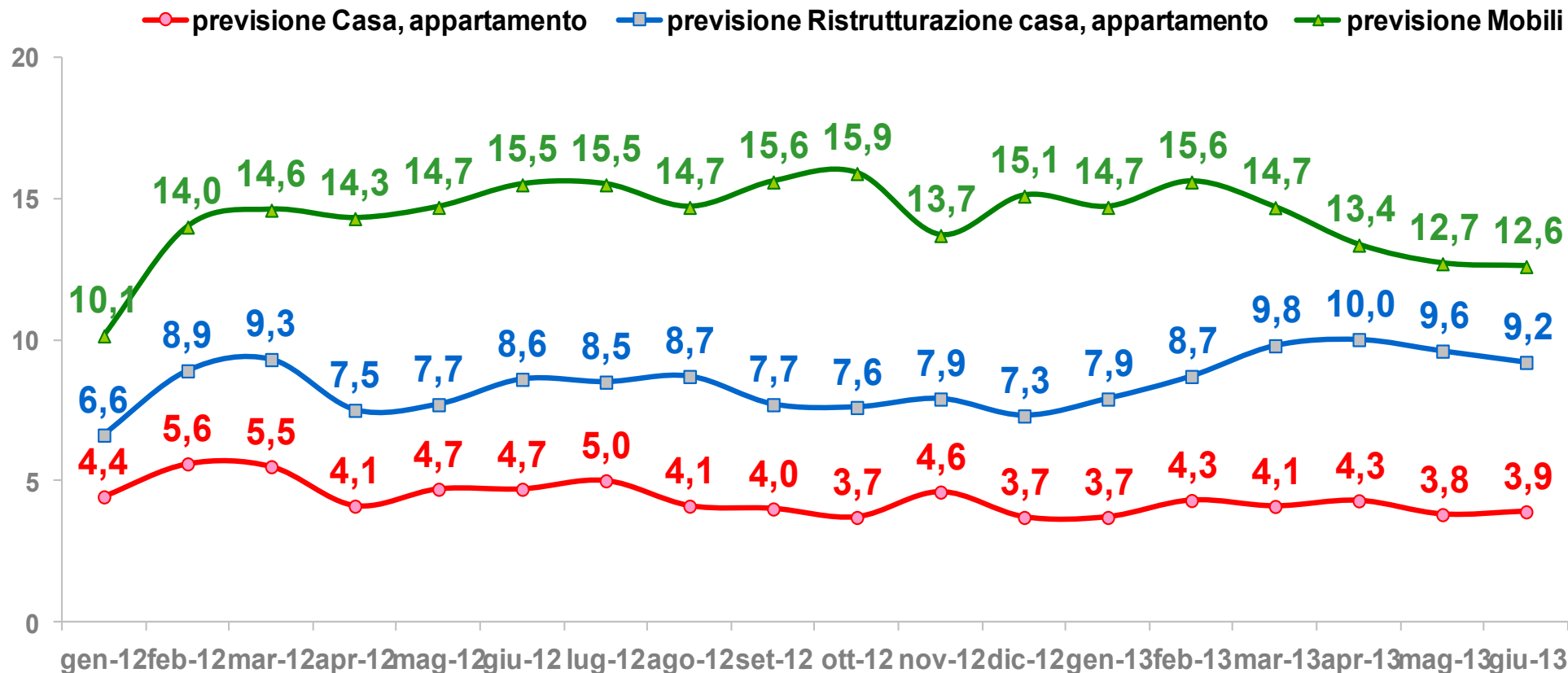
Quanti prevedono di acquistare mobili, casa o ristrutturarla_

Pensa di acquistare personalmente nei prossimi 3 mesi?

Valori %

% di coloro che hanno risposto "sicuramente sì" o "probabilmente sì"

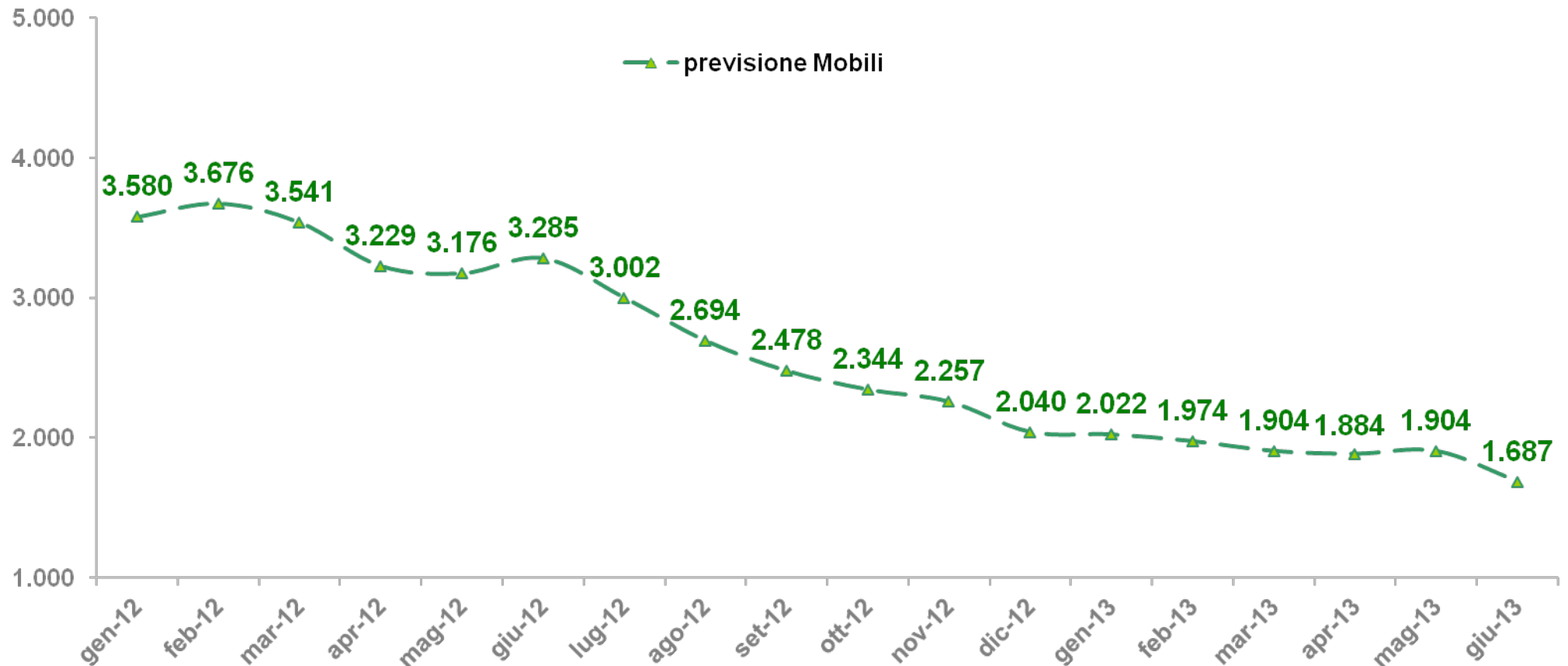
Base: totale campione
Da febbraio 2012: dato rolling



L'ammontare medio di spesa previsto per i MOBILI a 3 mesi

Quanto pensa di spendere al massimo per questo acquisto?

Base: % pensano di acquistare il bene
Da febbraio 2012: dato rolling



**Argomento del mese:
Il mercato dell' usato**

Argomento del mese: il mercato dell' usato

Il mercato dell'usato è un fenomeno noto e diffuso tra gli italiani. Ben il **48%** del campione vi ha fatto ricorso negli ultimi 12 mesi o lo farà in futuro. I beni prescelti per questa modalità di consumo sono in primo luogo i **veicoli**, altrimenti troppo costosi per molte famiglie italiane, specie in tempi di crisi. In secondo luogo si acquistano beni per il tempo libero come **libri, dischi e giocattoli**, ma anche altri oggetti oramai indispensabili come **cellulari, computer ed elettronica**. Segue l'**abbigliamento**. Dato l'ampio numero di categorie interessate, l'usato sembra essere un mondo vasto e articolato, caratterizzato da dinamiche particolari. Colossi importanti del mondo dell'ICT e Internet hanno certamente agevolato l'incontro tra domanda e offerta in questo ambito. Il **41%** di chi ha dimestichezza con l'acquisto dell'usato afferma che accrescerà l'acquisto di tali beni in futuro, e questo significa che il mercato è destinato a crescere. L'usato è considerato in modo particolarmente positivo dai **giovanissimi**.

Tra chi ha accresciuto l'acquisto beni usati negli ultimi 12 mesi, la netta maggioranza lo ha fatto per ragioni economiche: **risparmio, convenienza e sopraggiunte difficoltà reddituali**. Le ragioni etiche paiono essere in secondo piano, ma comunque rilevanti: più di **un intervistato su 5 (21%)** ha come principale stimolo per il ricorso all'usato l'educazione al recupero.

Alla base, invece, del non ricorso all'usato c'è la scarsa fiducia, tema che viene declinato, oltre al non fidarsi proprio, anche in alcuni altri concetti come la preferenza ad avere un bene in garanzia e il timore di un tempo di vita del bene stesso molto inferiore. Meno importanti sono le questioni relative all'immagine e al piacere di avere un bene uscito direttamente dalla produzione. L'usato necessita quindi di **trust** per crescere ancora: marchi, garanzie e web reputation le possibili chiavi di volta. È interessante aggiungere che non si accenna in alcun modo alla scarsa o difficile reperibilità dei beni usati, a testimonianza del fatto che questo mercato è strutturato e privo di barriere particolari.

Internet è il principale veicolo per l'acquisto dell'usato, seguito però dai mercatini, dato che conferma che online e offline convivono felicemente. Nel mondo online, non sorprende che siti web come E-bay, Subito.it e Amazon siano i mezzi più utilizzati per trovare offerte e promozioni vantaggiose. Bisogna infine sottolineare che anche le esperienze di altri utenti che hanno effettuato questo tipo di acquisti, sono un prezioso canale di informazione per il potenziale compratore.

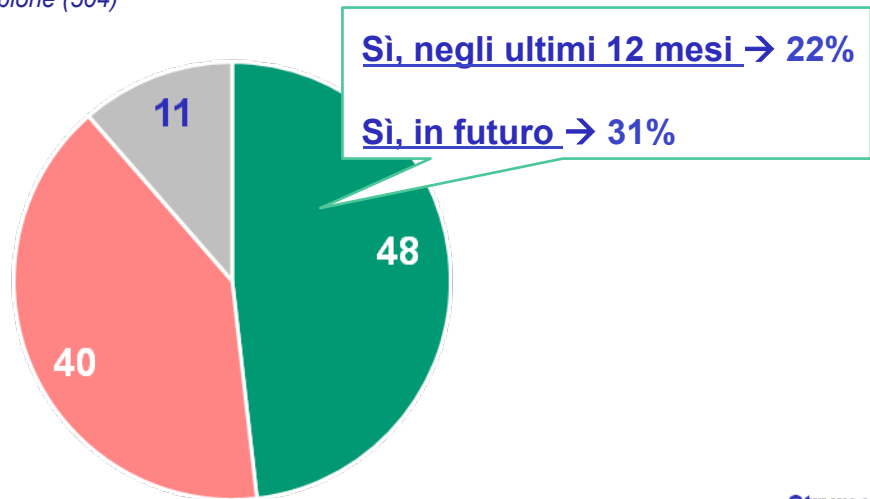
Gli italiani e il mercato dell' usato

La sua famiglia ha acquistato negli ultimi 12 mesi o acquisterà in futuro beni usati?

(Domanda a risposta multipla per "Sì, negli ultimi 12 mesi" e "Sì, in futuro")

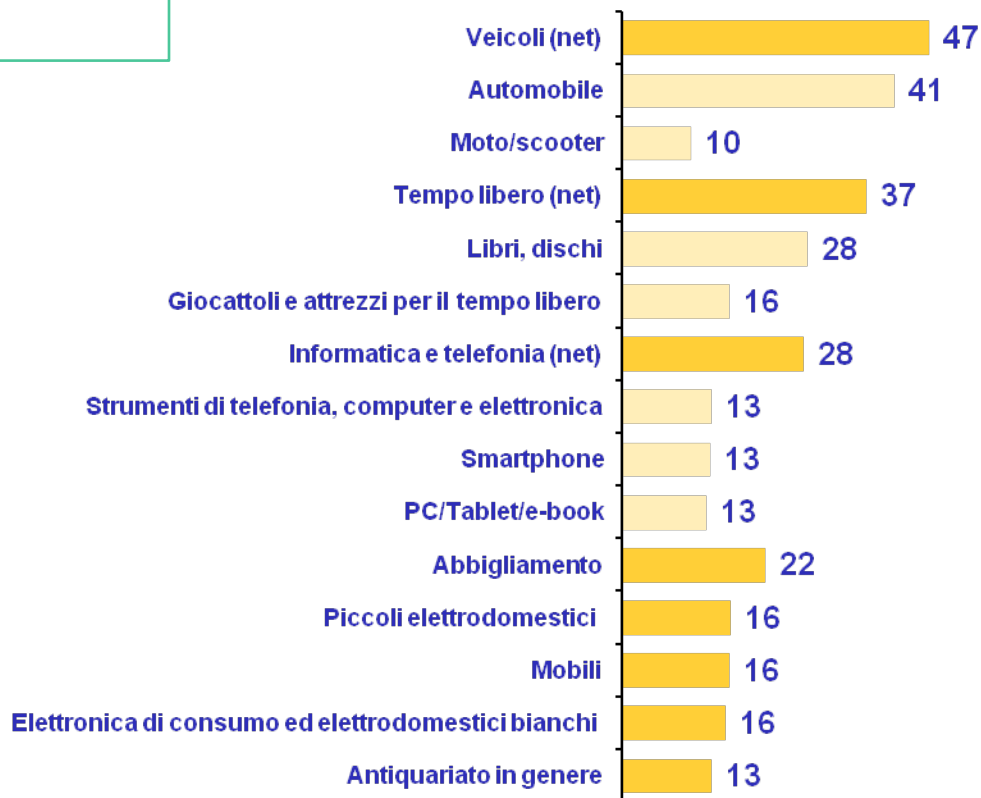
Valori %

Base: totale campione (504)



Quali beni usati la sua famiglia ha acquistato negli ultimi 12 mesi o pensa che acquisterà in futuro?

Base: hanno acquistato beni usati (243)

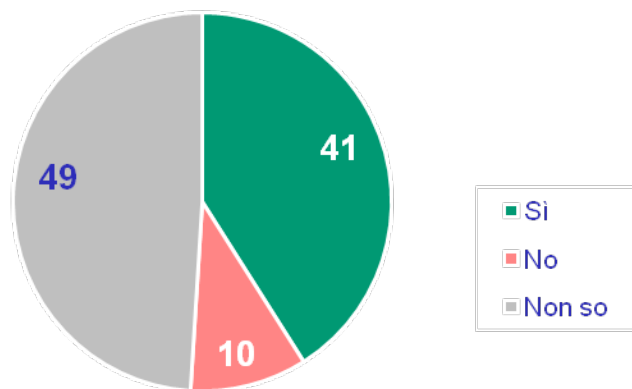


Il mercato dell' usato: previsioni future e andamento negli ultimi 12 mesi

Valori %

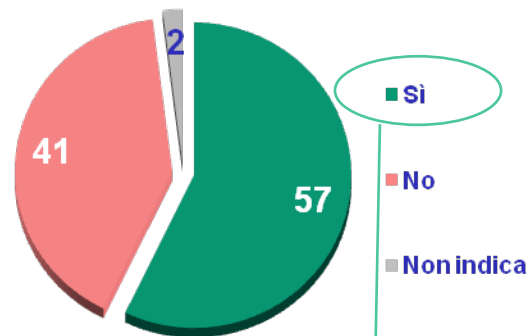
In futuro aumenterà l' acquisto di beni usati?

Base: hanno acquistato o acquisteranno beni usati (243)



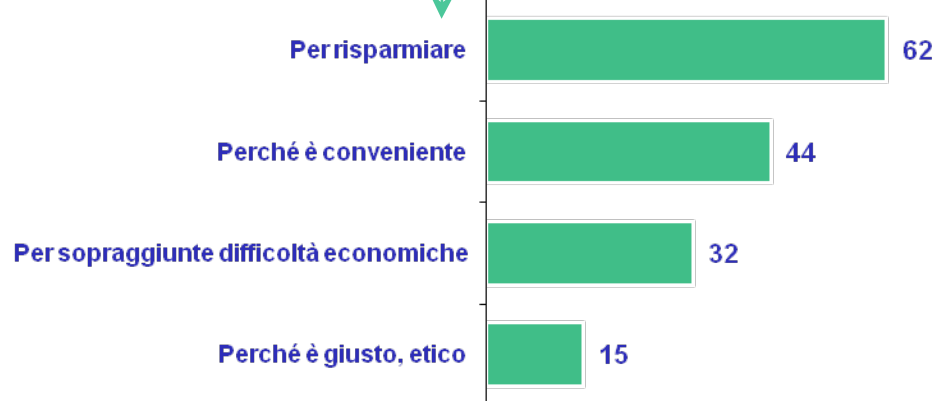
È aumentato nella sua famiglia il ricorso all' usato negli ultimi 12 mesi (rispetto al periodo precedente)?

Base: hanno acquistato beni usati negli ultimi 12 mesi (111)



Per quale ragione?

Base: hanno aumentato la quantità di beni usati acquistati (63)



	18-34	35-44	45-64	nord ovest	nord est	centro	Sud e Isole
Si	52	34	38	34	37	47	45
No	8	7	13	9	13	7	10
Non so	40	59	49	57	50	46	45

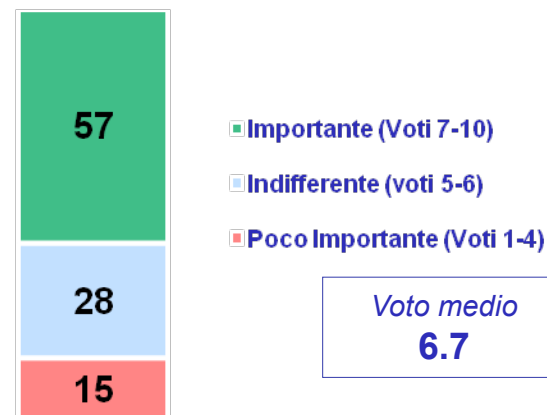
Le motivazioni che spingono all'acquisto dell'usato e l'importanza della marca

Valori %

Quali sono le motivazioni alla base dell'acquisto di beni usati? Per ciascuna delle seguenti motivazioni indichi l'importanza che le attribuisce.

Utilizzando una scala da 1 a 10, dove 1 significa "per nulla importante" e 10 "molto importante", qual è l'importanza della marca nell'acquisto di un bene usato?

Motivazioni	Risparmio economico	Educazione al recupero	Irreperibilità di certi beni
Molto	61	21	15
Abbastanza	30	45	28
Poco	8	26	32
Per nulla	1	8	25



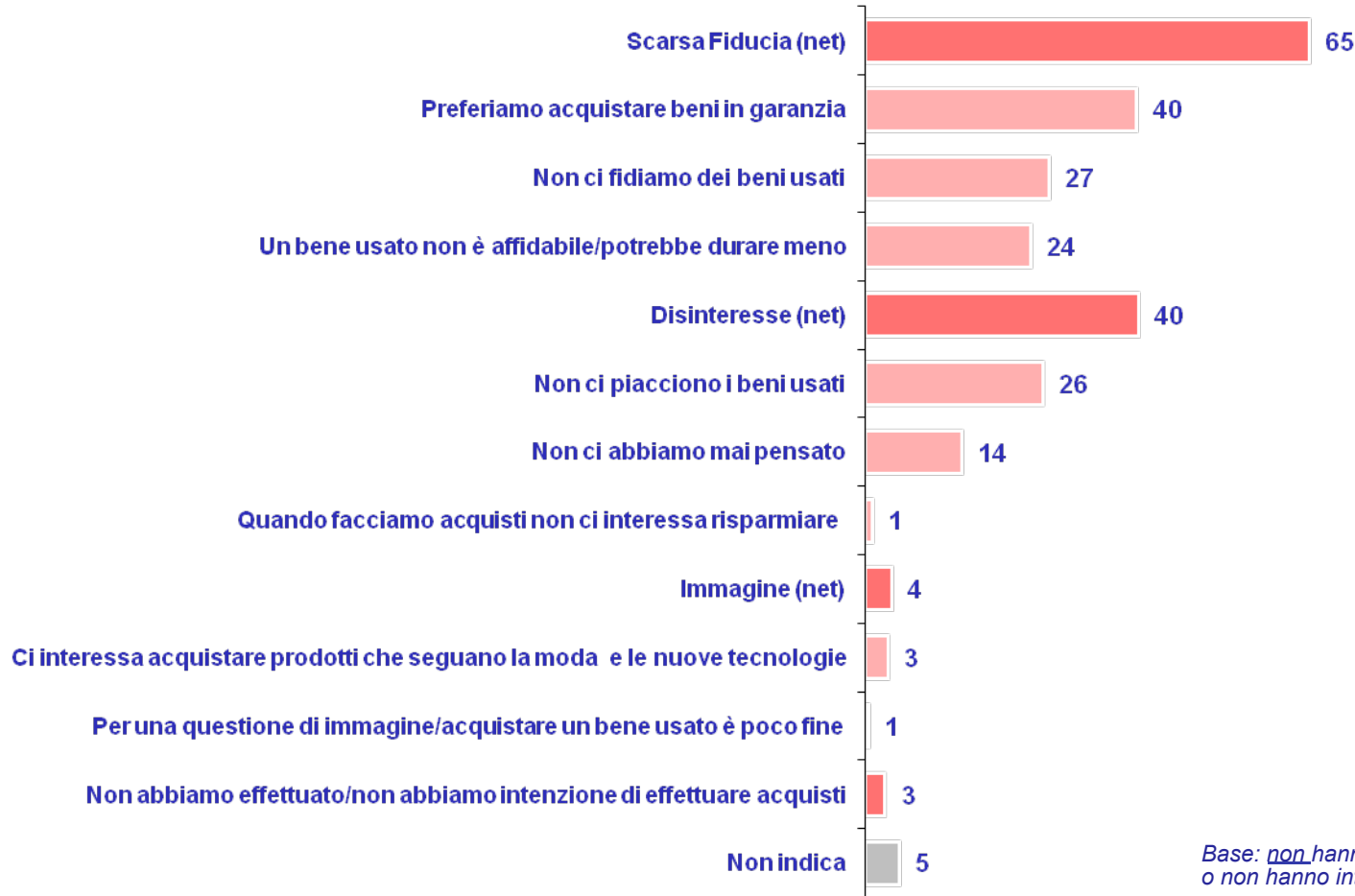
Base: hanno acquistato beni usati (243)

Base: totale campione (504)

Le ragioni del mancato ricorso all'usato

Per quale ragione la sua famiglia non ha mai acquistato e non ha intenzione di acquistare un bene usato?

Valori %

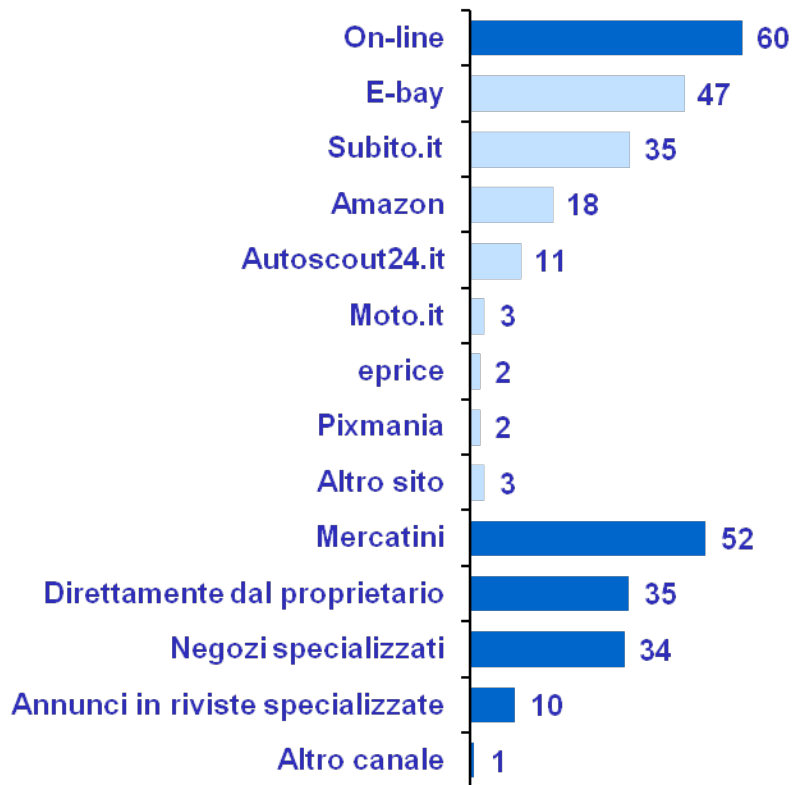


Base: non hanno acquistato beni usati negli ultimi 12 mesi o non hanno intenzione di acquistarli (203)

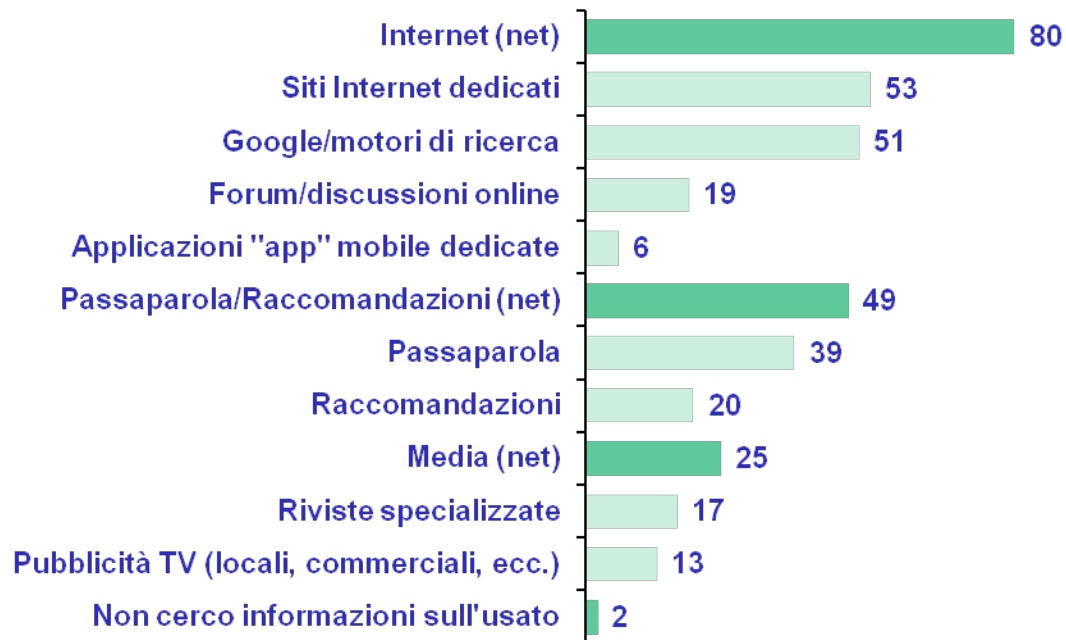
I canali d'acquisto ed informazione

Quali sono i canali di acquisto che la sua famiglia ha usato o che userà per l'acquisto di beni usati?
Quando si parla di usato quali sono i canali comunicazionali che utilizza per raccogliere le informazioni necessarie?

Canali d'acquisto



Canali d'informazione

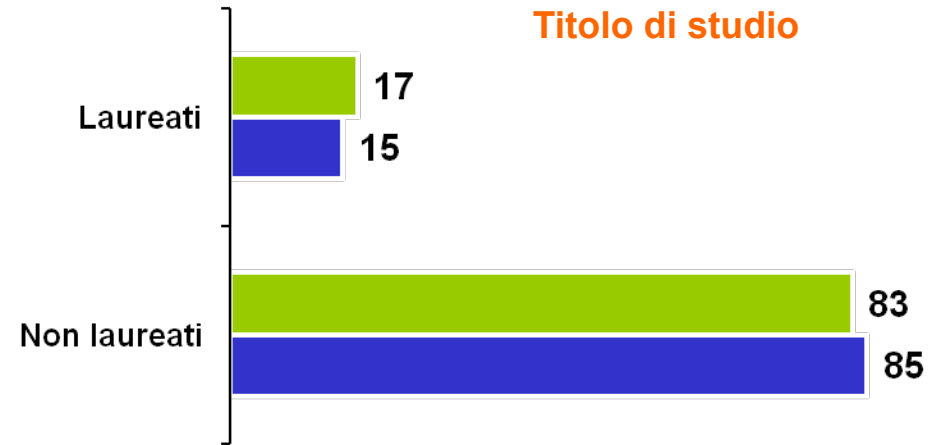
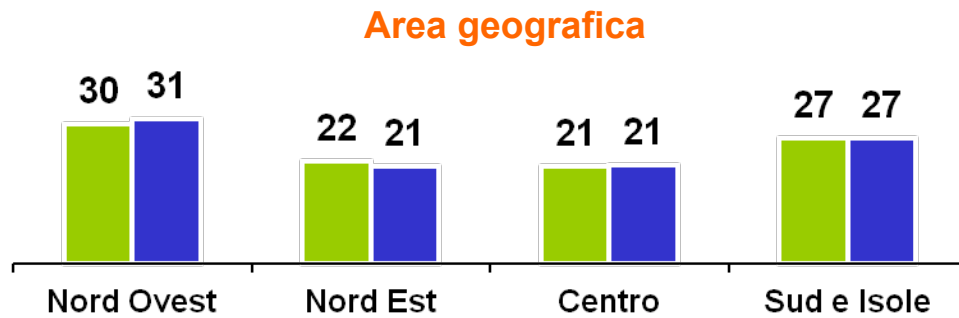
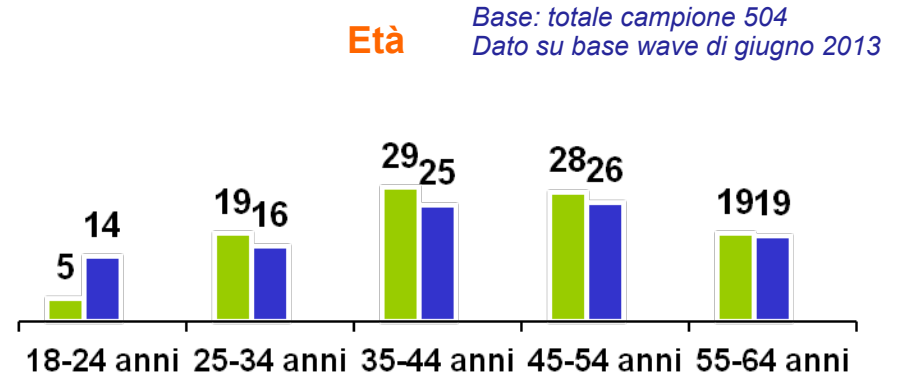
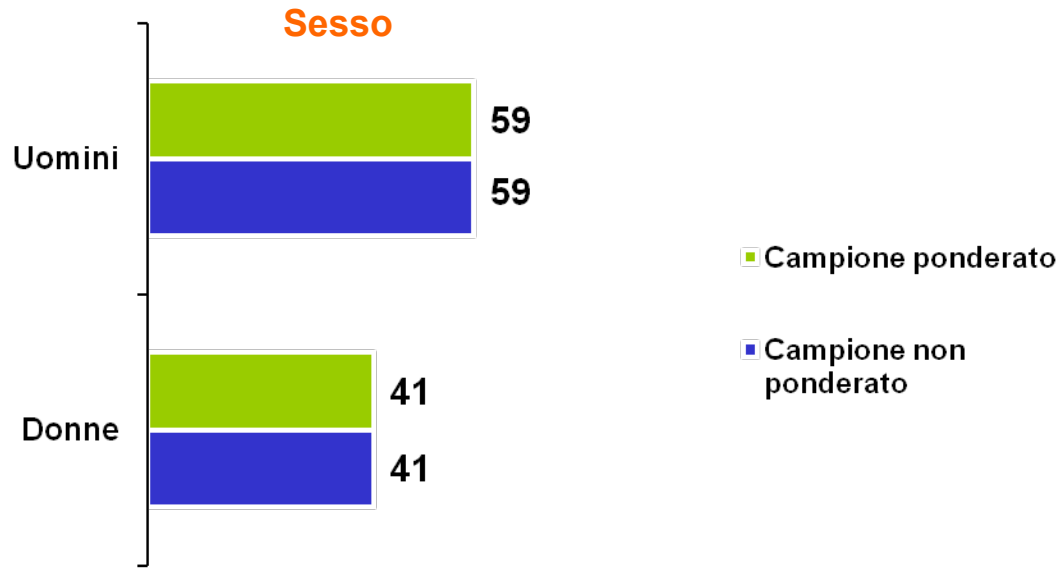


Base: hanno acquistato o hanno intenzione di acquistare beni usati (243)

Base: totale intervistati (504)

Il campione

Il campione

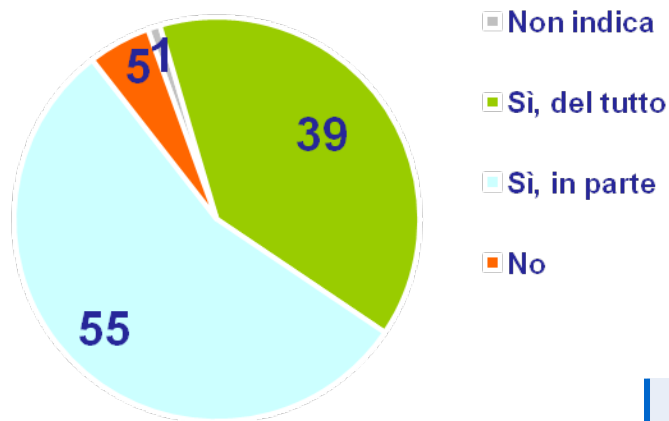


Il responsabile degli acquisti

Per ciò che riguarda gli acquisti in famiglia, è Lei che se ne occupa ?

Base: totale campione 504
Dato su base wave di giugno 2013

Valori %

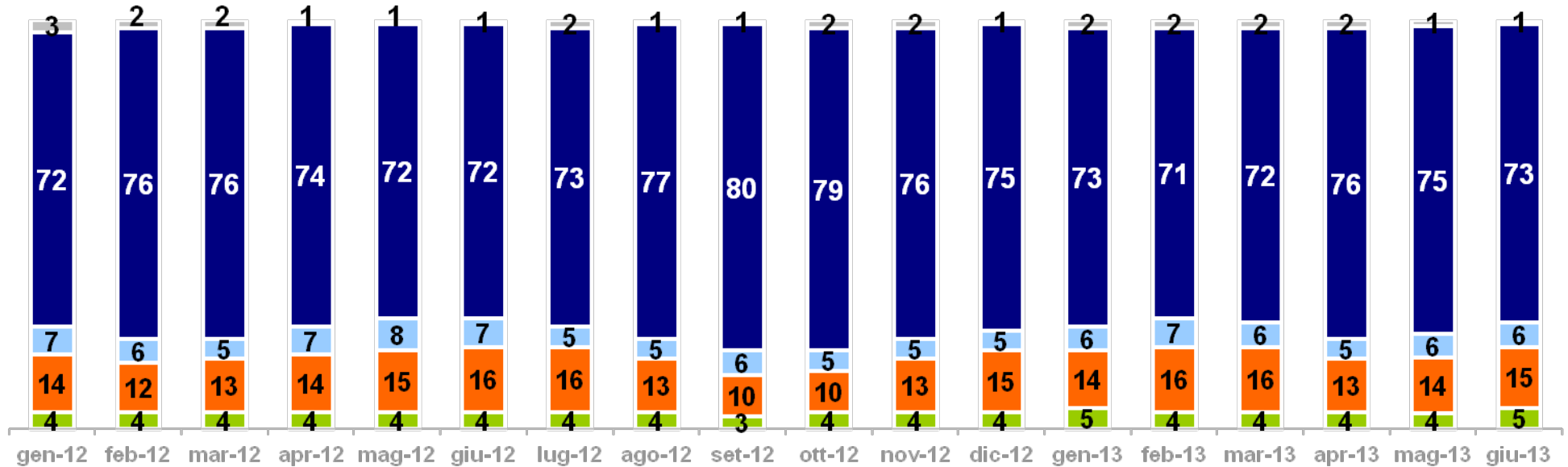


	Uomo	Donna	18-34	35-44	45-64
Base	299	205	121	144	239
Sì, del tutto	28	54	34	43	39
Sì, in parte	63	44	58	52	56
No	7	2	7	4	4
Non indica	2	-	1	1	1

Il contratto di lavoro

Valori %

È cambiato il suo contratto di lavoro negli ultimi 12 mesi?



■ Sì, è cambiato ed è più stabile ■ Sì, è cambiato ed è meno stabile ■ Sì, è cambiato ma è stabile nello stesso modo ■ No, non è cambiato ■ Non sa