



Home page

a cura di Monica Rubino

ARTICOLI RECENTI

Mi devo trasferire all'estero per lavoro, cosa succede con il mutuo per la casa?

Snack dolci o merende fatte in casa? Il confronto si fa online

Cosa fare se la chiavetta internet non si connette mai

TAG - GLI ARGOMENTI PIÙ FREQUENTI

Adiconsum adsl affitti Agenzia delle entrate assicurazione auto Assicurazioni bollette Casa condominio conti correnti contrattualistica digitale terrestre diritto di famiglia Energia esperto commercialista esperto condominio esperto contrattualistica esperto diritto di famiglia esperto locazioni esperto risponde esperto telefonia Fisco gas il Salvagente immobili internet L'esperto Assicurazioni L'esperto Mutui L'esperto risponde locazioni Mutui mutuo mutuo casa prestiti Prestiti personali rc auto Rc auto / assicurazioni smartphone Soldi e risparmio SuperMoney tasse Telecom Italia telefonia Unione europea vacanze

ARCHIVIO

Approfondimenti Il ConsuMeeting 2013



Preoccupati e afflitti, molto sfiduciati nel futuro. La recessione economica ha inciso pesantemente sullo stato d'animo dei consumatori d'Europa. Modificando i loro atteggiamenti psicologici, e di conseguenza, le decisioni d'acquisto. A fotografare l'impatto emotivo della crisi sullo shopping è l'Osservatorio sugli stili e sulle tendenze di consumo degli italiani, condotto dall'Ipsos. Lo studio, giunto alla sua quinta edizione, è stato presentato nel corso "**ConsuMeeting 2013**", il convegno organizzato dall'associazione Consumers' Forum.

I consumi ai tempi della crisi. La situazione di dissesto finanziario appare grave e duratura e non fa ben sperare per l'avvenire: in tutta Europa a risentirne di più sono i paesi dell'area mediterranea (la Spagna, la più colpita, ma anche l'Italia) o dell'est europeo (Polonia), travolti da **licenziamenti**, pagamenti evanescenti e condizioni di lavoro sfavorevoli. Persino in **Germania**, tra gli stati membri con l'economia più stabile, un cittadino su tre (35%) avverte **disagi legati alla recessione**. La crisi fa vedere tutto nero: lo stato di benessere percepito è pessimo per la metà degli europei: in primis gli spagnoli (72%) seguiti da italiani (68%) e polacchi (62%). Preoccupa anche la possibile ripresa, che tarda ad arrivare: il 51% del campione ritiene che nel prossimo anno avrà meno denaro su cui contare.

Quanto si risparmia? Per far fronte alle incertezze del futuro si cerca di tirare il più possibile la cinghia. Si rinuncia a vacanze, abbigliamento e acquisti tempo libero. Italiani (46%) e spagnoli (49%) sono riusciti quasi a **dimezzare i consumi familiari** rispetto allo scorso anno. Mentre i tedeschi e soprattutto gli abitanti della Polonia, registrano un incremento nelle spese dovuto agli aumenti sulle utenze domestiche (acqua, luce, gas, riscaldamento).

La famiglia, unica bussola. La recessione ha steso un velo di pessimismo diffuso sul vecchio continente: risparmiare è impresa non facile, spesso si è

costretti a metter mano ai risparmi per arrivare a fine mese. Le spese impreviste pesano sul bilancio, individuale e casalingo, come macigni. Soprattutto i polacchi (66%) non riescono a far fronte a un debito in più, mentre gli **spagnoli (43%) sono i più supportati dai genitori**, a livello economico. L'unico 'paracadute' che attutisce le finanze in caduta libera dei singoli è proprio la famiglia. Ancora di salvezza in un oceano di rincari e scarse risorse.

I quattro profili. La crisi ha avuto un forte impatto sulle tendenze dei consumatori, cambiando l'ordine di priorità dei loro acquisti. Si teme di perdere il posto e non riuscire a mantenere il proprio stile di vita. Ciò porta a ridefinire i bisogni. Lo studio dell'Ipsos, in base agli stati d'animo e i conseguenti atteggiamenti, distingue quattro clienti-tipo. **Il profilo più diffuso è l'afflitto (47%):** molto amareggiato dalle difficoltà economiche, rimanda gli acquisti ed è super-attento a sconti e promozioni. Al secondo posto figura l'**esigente evoluto** (il 24% degli europei vi si identifica): studia la qualità di prodotto e ingredienti, e privilegia i cibi naturali.

C'è chi invece tenta di fare di necessità virtù sfruttando le poche risorse a disposizione: è il **bisognoso evoluto** (15%). Si cimenta con forme di consumo alternativo e stili di vita compatibili con le proprie finanze.

Pagina 1 di 2

1 2

(15 Ottobre 2013)

Tag: consumatori, consumers forum, consumi, crisi economica, diritti, fiducia consumatori, ipsos, Sondaggi, Unione europea