



Web Site : Adnkronos.com

Date : 14/10/2010

Security copy : 1128357319.pdf

Copyright : Adnkronos.com

PRESS
INDEX

<http://www.adnkronos.com/IGN/Sostenibilita/Tendenze/I-consumatori-italiani-diventano-responsabili-e-piu-esigenti-con-la->

ADNKRONOS.COM | AKI ARABIC | AKI ENGLISH | AKI ITALIANO | SALUTE | LABITALIA | PRONTOITALIA | MUSEI ON LINE | IMMEDIAPRESS

portale del Gruppo **Adnkronos**

Giovedì 14 Ottobre 2010

seguici su: iscriviti alla newsletter:

CERCA NEL SITO CON GOOGLE

trova

NEWS | DAILY LIFE | REGIONI | LAVORO | SPECIALI | SECONDOMA | MEDIACENTER | TV **PROMETEIO** | PRONTOITALIA | SHANGHAI 2010 | SUD AFRICA 2010

RISORSE | WORLD IN PROGRESS | **TENDENZE** | CSR | IN PUBBLICO | IN PRIVATO | BEST PRACTICES | APPUNTAMENTI | NORMATIVA | DALLA A ALLA Z | ECOSOSTENIBILITÀ | VIDEO

Almanacco del giorno - Oroscopo - Meteo - Mobile - iPad

I temi caldi di oggi: Caos Italia-Serbia - Cile, in salvo i minatori - Santoro - Roma, donna aggredita - Expo Shanghai

Sostenibilità > Tendenze > Consumers' Forum, in tempo di crisi gli italiani diventano responsabili e più esigenti



Irrinunciabili i prodotti che riguardano la salute, come la frutta e la verdura (85%) e la prevenzione (68%)

Consumers' Forum, in tempo di crisi gli italiani diventano responsabili e più esigenti



ultimo aggiornamento: 13 ottobre, ore 18:44

L'etica e la responsabilità sociale diventano valori che orientano gli acquisti, aspetto che nel prossimo futuro inciderà anche sulle strategie di mercato di molte aziende

Annunci Google

Sei all'estero?

Scopri come farti Rimborsare parte della spesa del prossimo Viaggio!

www.BuyOn.it/Cashback

Perdere La Pancia?

Grasso da Pancia Scompaiono? Come Neve Al Sole. Non è Normale!

www.Trimcaps.eu

Learn any language online

Virtual classroom. Live teachers. Start learning today.

www.myngle.com

commenta 0 vota 2 invia stampa

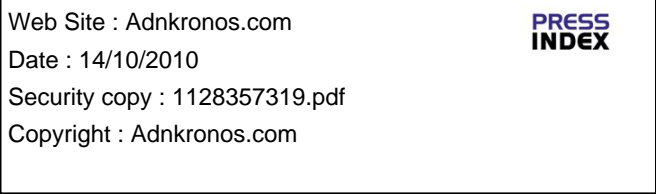


Roma, 13 ott. - (Adnkronos) - La crisi cambia le abitudini degli italiani alle prese con gli acquisti. **Costretti a rinunciare, i consumatori diventano responsabili, ma anche più esigenti.** E chiedono al mercato più qualità, prezzi più equi e più informazione. Hanno anche imparato ad attribuire un **valore ai prodotti di aziende attenti all'etica e alla sostenibilità.** Lo rivela la III edizione dell'**Osservatorio Consumers' Forum**, associazione che riunisce le più importanti associazioni dei consumatori e le maggiori imprese italiane, che attraverso un'indagine affidata a Ipsos (metodo Cati, campione rappresentativo 1.000 persone), analizza ogni anno gli stili di vita e le tendenze di consumo degli italiani.

Occupazione e crisi economica sono ancora in cima alle preoccupazioni degli italiani, tanto è vero che oltre il 50% degli intervistati conosce qualcuno che in questo periodo ha perduto il lavoro. In questo contesto il consumatore, quando è in difficoltà, diventa selettivo: rinuncia a beni come abbigliamento (79%) e vacanze (64%), ma ritiene **irrinunciabili prodotti che riguardano la salute, come la frutta e la verdura (85%) e la prevenzione (68%).**

"E' un consumatore in difficoltà, che deve sapere scegliere per riuscire a rinunciare", commenta Sergio Veroli, presidente di Consumers' Forum, che stamane a Milano ha presentato i risultati della ricerca. "Un consumatore che inizia a pretendere di essere soddisfatto da ciò che acquista e chiede che le informazioni sui prodotti siano più trasparenti".

Dall'indagine emerge che molti italiani, pur restando affezionati ai prodotti di marca (50% ha le proprie marche cui non rinuncia e il 61% si sente rassicurato dalle marche note), non ritengono che la pubblicità sia



PRESS INDEX

Copyright : Adnkronos.com

un mezzo attendibile per orientare la spesa. L'83% degli intervistati ritiene infatti che debba dare più informazioni, ma soprattutto mantenere le promesse: dal punto di vista pubblicitario, i settori meno sinceri sono considerati quelli bancari e assicurativi (32%), i cosmetici (22%) e la telefonia (18%). In caso di insoddisfazione, il consumatore italiano non esita a rivolgersi alle associazioni dei consumatori (35%).

"Le circostanze rafforzano le convinzioni dei consumatori in merito all'eticità dei comportamenti delle aziende", aggiunge Veroli. **"L'etica e la responsabilità sociale diventano valori che orientano gli acquisti, aspetto che nel prossimo futuro inciderà anche sulle strategie di mercato di molte aziende".** In effetti, dall'indagine emerge che **gli italiani sarebbero mediamente disposti a pagare ben il 9% in più** (ed il 20% di essi si spingerebbe anche oltre il 10% in più) **un prodotto di un'azienda che adottasse comportamenti etici e ecosostenibili**, che cioè dimostrasse **rispetto per i diritti dei lavoratori (47%)**, che fosse **trasparente nei confronti dei consumatori (32%)**, **attenta all'ambiente (30%)**, **alla qualità dei prodotti (29%)**.

Inoltre, per il 73% degli italiani **le confezioni dei prodotti dovrebbero essere ridotte al minimo** e il 57% dei nostri concittadini se deve scegliere tra due marche dichiara di orientarsi verso quella che tiene alla difesa dell'ambiente. Infine, per il 48% degli italiani dovremmo consumare tutti meno per vivere meglio.

Scopri la tua personalità
con un'analisi scientifica e dettagliata
www.personalita100.it

Vous Cherchez Quelqu'un ?
Accédez à Toute L'Information À D'Une Personne en France
www.dateas.com

pubblica questa notizia su: [Mi piace](#) segnala questa notizia su:

consumatori - sostenibilit  - aziende etiche - Consumers Forum

articoli correlati

Consumers' Forum, in tempo di crisi gli italiani diventano ...

O2's Eco rating premia Sony Ericsson ElmT, il telefono cellulare ...

commenta  0 invia stampa

Due volte a settimana (il martedì e il venerdì) le notizie di Prometeo nella tua mailbox.

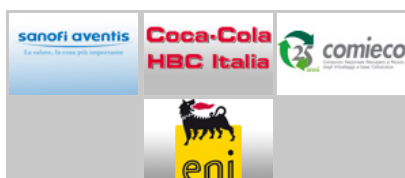




<http://www.adnkronos.com/IGN/Sostenibilita/Tendenze/I-consumatori-italiani-diventano-responsabili-e-piu-esigenti-con-la->

VEDI TUTTI I CANALI		PLAY
TG ULTIM'ORA	SANTI E LUOGHI DI CULTO	WEEKLY NEWS
OROSCOPO	METEO	SALUTE
LAVORO	PROMETEO	Tv IGN adnkronos

I sostenitori di PROMETEO



in evidenza



6 uomini su 10 afflitti
dalla forfora, stress
sotto accusa



Prima Conferenza
Nazionale
Enermanagement 2010



Tutto pronto per il 2°
Festival Internazionale
del lavoro



Eccellenze a confronto,
riforme e proposte
degli imprenditori



IX convegno annuale
Legaautonomie sulla
finanza territoriale



Il 31 ottobre torna The
Media Running
Challenge



Consumi, per le grandi
marche vendite e
pubblicità in aumento



Concerti, mostre e
forum per l'Anno
Culturale Cinese



Professioni, il punto su
Ordini e Casse
previdenziali



Expo di Shanghai 2010.
Lo speciale Adnkronos



Campagna 'Buon
Compenso del Diabete'



Web Site : Adnkronos.com

**PRESS
INDEX**

Date : 14/10/2010

Security copy : 1128357319.pdf

Copyright : Adnkronos.com

<http://www.adnkronos.com/IGN/Sostenibilita/Tendenze/I-consumatori-italiani-diventano-responsabili-e-piu-esigenti-con-la->



Il Libro dei fatti 2010.
Un milione di notizie,
tutte in tasca



**Formula 1 a Roma. Lo
speciale Adnkronos**



**Adnkronos e
Giovani.it, parola
d'ordine: partecipare!**



**Compila il questionario
e vinci: in palio 5000 €**

**INSTALL THE LATEST VERSION
OF FLASH TO WATCH FREE
DAILY SPORT VIDEOS ONLINE**

CLICK HERE TO INSTALL FLASH

servizi

► [gruppo adnkronos](#)

► [contattaci](#)

► [palazzo dell'informazione](#)

► [ticker delle ultime notizie](#)

► [plugin di ricerca per Firefox e Internet Explorer](#)

► [feed RSS](#)

► [rassegna stampa - Senato della Repubblica](#)



Polizia di Stato

► **Como, Viene fermato per un
controllo: denunciato per guida
senza patente**

► [I fatti del giorno](#)

Ads by Google



Web Site : Adnkronos.com

**PRESS
INDEX**

Date : 14/10/2010

Security copy : 1128357319.pdf

Copyright : Adnkronos.com

<http://www.adnkronos.com/IGN/Sostenibilita/Tendenze/I-consumatori-italiani-diventano-responsabili-e-piu-esigenti-con-la->

me9tic

397 belles histoires
par jour*

je suis

je recherche

**INSCRIPTION
GRATUITE**

*Ipsos: Février 2009. Plus de détails sur le site.

ADNKRONOS.COM | AKI ARABIC | AKI ENGLISH | AKI ITALIANO | SALUTE | LABITALIA | PRONTOITALIA | MUSEI ON LINE | IMMEDIAPRESS

© 2010 GMC Giuseppe Marra Communications S.p.A. unipersonale, partita IVA 01145141006
Ign Testata giornalistica registrata Registrazione numero 478 del 7 dicembre 2004 presso il Tribunale di Roma Direttore responsabile Giuseppe Pasquale Marra