

[http://tg24.sky.it/tg24/economia/2010/10/13/crisi\\_economica\\_consumi\\_rinunce\\_consumatori.html](http://tg24.sky.it/tg24/economia/2010/10/13/crisi_economica_consumi_rinunce_consumatori.html)

**Abbonamento**

**Abi**  
**Adro**  
**Afghanistan**  
**Aggiornamento**  
**Aggressioni**  
**Album**  
**Aldo Bonomi**  
**Alessio Bortone**  
**Alluvioni**  
**Alpini**  
**Anagnina**  
**Arkan**  
**Arresti Genova**  
**Azzurri**  
**Balcari**  
**Banchi**  
**Belgrado**

**Calendari**
**Casa**

**Cile**

**Cina**

**Clienti**
**Cronaca**
**Diretta Skytg24**

**Economia**

**Elezioni 2010**
**Fai Da Te**

**Fili**

**Forum**

**Fotogallery**

**Francia**

**Frane**

**Genova**

**Guida Tv**
**Io Reporter**

**Istat**

**Italia**

**Ivan Bogdanov**

**Lega Nord**

**Meteo**

**Milano**

**Minatori**

**Mondo**

**Musica**

**Nazionale**

**Oroscopo**

**Oscar Lancini**

**Osservatorio**

**Abruzzo**

**Politica**

**Qualificazioni Euro**

**2012**

**Rassegna**
**Stampa**

**Roma**

**San Jose**

**Scontri**

**Scuola**

**Serbia**

**Sky X 2**

tg24 &gt; economia

## Consumi, in tempo di crisi si risparmia su vestiti e vacanze

**Secondo l'Osservatorio Consumers' Forum, che riunisce imprese e associazioni dei consumatori, gli italiani non rinunciano a frutta e verdura, diffidano dalla pubblicità e guardano sempre più all'eticità delle aziende**

13 ottobre, 2010

In tempo di crisi, si spende meno per l'abbigliamento ma non si rinuncia ai prodotti che riguardano la salute, alla frutta e alla verdura. Lo rivela la III edizione dell'Osservatorio Consumers' Forum, associazione che riunisce le più importanti associazioni dei consumatori e le maggiori imprese italiane e che, attraverso un'indagine affidata a Ipsos, analizza ogni anno gli stili di vita e le tendenze di consumo degli italiani.

Secondo la ricerca, il consumatore, quando è in difficoltà economica, 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%).

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

Dal punto di vista pubblicitario, i settori meno sinceri sono considerati quelli bancari e assicurativi (32%), i cosmetici (22%) e la telefonia (18%). Eticità e responsabilità sociale dell'impresa hanno poi un ruolo sempre più rilevante, tra i criteri di scelta. Dall'indagine emerge infatti 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%).


**Parole Chiave**

**Consumi Crisi Economica**  
**Consumatori Imprese 13-10-2010**  
**Tg24 Economia**

Bookmark con:



Invia a un amico

Ricerca nel sito

OK

→ Ricerca avanzata

sky TG24

**GUARDA  
LA DIRETTA**

sky METEO24

Cerca località



**► SCOPRI TUTTE LE PREVISIONI  
IN ITALIA, IN EUROPA E NEL MONDO**

**OROSCOPO**


► Scopri tutto sulle stelle e altre curiosità

**ROMA CITTA' CINESE PER UN GIORNO**
**I VIDEO DI SKY TG24**


[http://tg24.sky.it/tg24/economia/2010/10/13/crisi\\_economica\\_consumi\\_rinunce\\_consumatori.html](http://tg24.sky.it/tg24/economia/2010/10/13/crisi_economica_consumi_rinunce_consumatori.html)

**Skytg24 Mattina**

Sole Delle Alpi

**Speciale Scuola**

Spettacolo

Tassista Aggredito

**Tg24**

**Vanguard**



Offerta Sky  
Per abbonarsi  
Area Clienti

Tg24  
Sport  
Mag

Forum  
Newsletter  
RSS

L'azienda Sky  
Sky Bar - Hotel  
Lavora con noi

Contatta Sky  
Affiliati  
Note legali

Copyright © 2010 Sky Italia - P.IVA 04619241005 - Segnalazione abusi