



UNC
CONSUMATORI.IT

ACQUISTI: piace l'e-commerce, ma i consumatori non rinunciano ai canali tradizionali

11 Marzo 2016

Quali sono le abitudini di acquisto dei consumatori? Lo abbiamo chiesto proprio a loro, scopri i risultati dell'indagine UNC!

Roma, 11 marzo 2016 - "Il tempo libero è al primo posto tra le loro preferenze in tema di acquisti, se comprano in un negozio fisico scelgono il pagamento in contanti o con carta di debito/bancomat, in caso di acquisti *on-line* prediligono l'uso della carta di credito o della carta prepagata, se dovessero chiedere un prestito preferirebbero essere seguiti in filiale per l'intera pratica". E' questo il profilo dei consumatori emerso dall'indagine "Acquisti: quali sono le tue abitudini?" lanciata dall'UNC nel mese di febbraio sul sito www.consumatori.it e sui suoi canali *social*.

LEGGI I RISULTATI COMPLETI DELL'INDAGINE

"La *survey* -spiega Massimiliano Dona, Segretario generale dell'UNC- fotografa il *sentiment* dei consumatori e, seppur senza finalità statistiche, ha avuto un significativo riscontro con un ampio coinvolgimento di consumatori (oltre 500 risposte)".

"D'altra parte -prosegue Dona- gli acquisti fanno parte della nostra quotidianità e le nostre abitudini stanno cambiando velocemente, talvolta muovendosi anche in apparente contraddizione: se da un lato assistiamo ad una crescita esponenziale dell'*e-commerce*, dall'altro resta importante il rapporto personale al momento dell'acquisto. E i dati emersi dal sondaggio -continua Massimiliano Dona- confermano proprio questo *trend*: basti pensare che solo il 13% dei rispondenti ha dichiarato di non aver effettuato acquisti *on-line* nell'ultimo anno, ma al contempo il negozio fisico resta irrinunciabile per il 99% del campione".

Lo studio ha poi evidenziato che il 55% dei rispondenti è ricorso ad Internet, almeno una volta negli ultimi 12 mesi, per l'acquisto di servizi per il tempo libero come viaggi, vacanze e libri, il 46% per biglietti di trasporto, spettacoli e sport, il 43% per elettronica ed elettrodomestici e il 36% per servizi bancari e finanziari. In merito alle modalità di pagamento, al primo posto troviamo la carta di credito con il 47% delle preferenze, seguita dalla carta prepagata (41%) e da PayPal (38%). Chi invece ha acquistato nei negozi fisici, ha pagato in contanti o con carte di debito/bancomat (a pari merito con il 72% delle preferenze), è ricorso alla carta di credito nel 46% dei casi, mentre solo 14 consumatori su

100 hanno scelto di pagare con carta prepagata.

Indagando le previsioni di acquisto per i prossimi mesi, il tempo libero conquista ancora una volta il primo posto con il 60% delle preferenze; troviamo poi i biglietti per spettacoli, sport, etc. (49% delle risposte), scende al 22% la preferenza per acquisti di servizi bancari/finanziari, mentre sale quella per l'abbigliamento (37% delle risposte).

Passando al tema di finanziamenti e prestiti, alla domanda "Acquisteresti nel prossimo anno senza alcun problema con il finanziamento *on-line* di un bene o un servizio, ad esempio un elettrodomestico o un viaggio?" il 72% dei partecipanti risponde che non vi ricorrerebbe; nel caso di un prestito personale (in questo caso non direttamente legato a un acquisto) i rispondenti all'indagine preferirebbero essere seguiti nell'intera pratica direttamente nella filiale della banca/finanziaria (67% delle risposte), solo il 16% si dichiara disposto a cominciare la pratica *on-line* per poi terminarla in filiale e solo il 17% farebbe tutto tranquillamente su Internet. Un dato, questo, che dimostra ancora una volta l'importanza che i consumatori danno al rapporto personale nell'acquisto di un servizio o di un prodotto, specie se costoso.

"Insomma -spiega Massimiliano Dona- i dati emersi evidenziano come i consumatori si avvicinino sempre più consapevolmente al commercio elettronico per i piccoli acquisti, ma restino ancora legati a canali di vendita e modalità di pagamento tradizionali, basti pensare al predominante uso del denaro contante scelto da chi compra in negozi fisici. A tal proposito, da parte nostra riteniamo fondamentale proseguire nell'attività di informazione ed educazione finanziaria, sull'uso delle carte elettroniche e sugli strumenti di tutela che sono a disposizione dei consumatori sia nel commercio fisico sia in quello *on-line*".

LEGGI I RISULTATI COMPLETI DELL'INDAGINE