



UNC
CONSUMATORI.IT

Sharing economy: i risultati del sondaggio

25 Novembre 2014

894 (Sdc - nov. 2014) - Un atteggiamento di fiducia e un generale ottimismo nei confronti del nuovo: è quello che emerge dal sondaggio su innovazione e *sharing economy*, lanciato dall'UNC sul sito internet www.consumatori.it e attraverso i canali Facebook (<https://www.facebook.com/UNConsumatori>) e Twitter (**hashtag #premiodona2014** e **#consumatorinuovi**).

“In vista del nostro **Premio Vincenzo Dona** (26 novembre, Teatro Argentina, ore 9,00) dedicato alla cultura del nuovo -spiega Massimiliano Dona, Segretario generale dell'Unione Nazionale Consumatori- abbiamo chiesto a chi ci segue di rispondere a sei semplici domande legate ai temi dell'innovazione e della condivisione, per capire qual è il *sentiment* dei consumatori rispetto a questa fase di cambiamento. E' il consumatore, infatti, il vero protagonista dell'innovazione economica, sociale e tecnologica e, secondo i nostri dati, sembrerebbe che accetti di buon grado questo ruolo di *prosumer*: il 60 per cento degli intervistati, infatti, si dichiara *'entusiasta'* nei confronti del *'nuovo'* (per il 34 per cento è *'inevitabile'* accettare nuovi modi di vivere e di acquistare; solo il 6 per cento dei consumatori si dichiara, invece, *'spaventato'*)”.

Leggi i risultati completi del sondaggio

Guarda l'infografica con la sintesi dei risultati

Non sorprende, poi, che il mercato percepito come più innovativo sia quello legato al *web*: oltre il 50 per cento degli intervistati, infatti, alla domanda *“qual è il settore che fa più pensare al nuovo?”*, risponde *“comunicazione, internet e social network”*, mentre il 34 per cento *“elettrodomestici, hi tech e domotica”*; per il 13 per cento degli utenti, infine, il settore più nuovo è relativo a *“salute, benessere e food”*.

Come suggerisce il messaggio introduttivo del nostro Premio Dona (*“nuove imprese per nuovi consumatori”*), affinché l'economia del nuovo funzioni è necessario uno sforzo da parte di entrambi i protagonisti del mercato (consumatori ed imprese); abbiamo, dunque, chiesto a chi ci segue: *“cosa dovrebbe fare un'azienda per essere nuova?”*. Il 42 per cento degli intervistati risponde dovrebbe *“essere più sensibile ai temi della sostenibilità”* (per il 30 per cento dovrebbe *“puntare su sharing economy e social network”*, mentre per il 28 per cento dovrebbe *“assumere giovani”*). Chiedendo, poi, in che modo i consumatori si sentono nuovi, emerge una caratteristica fondamentale della *new economy*: la

condivisione. Il 72 per cento degli intervistati, infatti, risponde *“acquisto online e mi piace commentare tutti i miei acquisti per aiutare altri consumatori”*.

Un altro elemento da considerare è il rapporto tra risparmio e nuovi paradigmi di consumo: almeno una parte del successo della *sharing economy* è da ricondursi alla crisi (per cui pur di non rinunciare alla vacanza, all’auto o a mangiare fuori siamo disposti a condividere servizi) e la risposta alla domanda sui vantaggi della *sharing economy* lo dimostra. Circa il 42 per cento dei consumatori considera la possibilità di risparmiare, rispetto al commercio tradizionale, il più grosso vantaggio dell’economia condivisa (il 36% risponde che è vantaggioso *“conoscere persone e fare esperienze di consumo innovative con la possibilità di dare un voto ad ogni fornitore”*, mentre per il 22 per cento degli intervistati *“potrebbe aiutare a creare posti di lavoro”*).

Con la domanda n. 6 abbiamo provato ad indagare le preoccupazioni legate alla *sharing economy* e le risposte confermano che c’è tanto da lavorare, soprattutto dal punto di vista normativo per rendere più sicuri i nuovi processi economici: quasi la metà dei consumatori (il 47 per cento), infatti, risponde che *“il rischio di affidarsi agli sconosciuti”* è ciò che più spaventa della *sharing economy*; il 32 per cento degli intervistati è scettico, considerandolo un *“fenomeno di nicchia, riservato a pochi”*, mentre il 21 per cento risponde di non accettare che *“quello che paga non sia suo fino in fondo”*.

Autore: Simona Volpe

Data: 26 novembre 2014