

Quali ecoincentivi dopo auto e moto?

In un'economia familiare sempre più autodisciplinata, gli incentivi potrebbero rappresentare un'occasione da non perdere, ma anche una possibile alterazione della pianificazione degli acquisti.

Elettrodomestici bianchi e informatica domestica riscontrano i maggiori favori del pubblico.

Come per l'auto, l'incentivazione potrebbe funzionare maggiormente al Centro e al Sud dove esiste il parco più vecchio.



Già nell'edizione dello scorso anno, mentre era ancora in corso l'incentivo alla rottamazione dell'auto, l'Osservatorio ha avuto modo di analizzare i riflessi del successo riscontrato da questa formula sugli altri settori merceologici. Anche se le famiglie

italiane si stanno dimostrando sempre più attente e scrupolose al rispetto del proprio budget, autodisciplinandosi in una pianificazione degli acquisti prioritari, è evidente che le occasioni create dagli ecoincentivi settoriali, potrebbero rappresentare -

come in parte è avvenuto per l'auto - una "deviazione" rispetto al percorso programmato, per trarre vantaggio dalla sostituzione di alcuni beni durevoli.

In questa logica, l'Osservatorio ha pensato di chiedere direttamente ai consumatori in quali settori sarebbe auspicabile l'adozione degli ecoincentivi. Si tratta di un "test proiettivo" che raccoglie le esigenze della domanda e potrà essere utile per comprendere in anticipo quale impatto potrebbe avere in futuro l'estensione di

questa iniziativa di stimolo settoriale.

Escludendo dall'indagine il mercato delle due ruote, per il quale è già stato attivato un programma di incentivazione, fra le varie categorie merceologiche quella degli



elettrodomestici bianchi raccoglie il maggiore interesse delle famiglie italiane ad una prossima incentivazione: otto famiglie su dieci la auspicano. È presumibile che questa accoglienza così positiva sia anche influenzata da iniziative locali, già in corso ad opera della distribuzione, che, in proprio, "finanzia" queste operazioni.

Subito dopo il mercato dei bianchi, il maggiore interesse da parte dei consumatori è riscontrabile per l'informatica domestica (sette

famiglie su dieci auspicano questa incentivazione). L'interesse maggiore è fra coloro che sono in età lavorativa, presumibilmente per il fatto che disporre di un computer a casa può a volte servire per integrare l'uso professionale con quello domestico. È soprattutto al Centro e al Sud che questa iniziativa potrebbe incontrare maggior successo, in considerazione del fatto che, come per l'auto, anche per i pc, il parco macchine più vecchio è dislocato in queste regioni.

Lo stesso fenomeno è riscontrabile per il mercato degli elettrodomestici bruni dove l'incentivazione è auspicata dal 68% dei consumatori. Questa stessa percentuale varia dal minimo del 61% del Nord-Ovest al massimo del 76% del Sud.

Un minor interesse si manifesta per il mercato della telefonia/fax/cellulari e per

Se l'adozione di incentivi sui vari beni è auspicabile, su alcuni generi di prodotti potrebbe risultare poco interessante.



quello dei mobili, anche se i motivi sono in parte differenti. Nel primo caso si tratta di prodotti con una gamma di prezzi e prestazioni molto ampia, per i quali quindi sarebbe difficile immaginare un parametro monetario di incentivazione e che comunque, spesso, vengono riutilizzati all'interno della famiglia. Anche per i mobili è difficile identificare un'uniformità di pezzatura/valore e inoltre viene a mancare, come era stato invece per l'auto, una vera e propria motivazione ecologica.

In generale, il consumatore italiano si dimostra ben disposto a proseguire l'esperienza dell'ecoincentivazione, ma si

rende altresì conto che il vantaggio avuto per la sostituzione dell'auto presumibilmente non avrà un pari corrispettivo negli altri settori, dove il

confronto competitivo e la guerra dei prezzi hanno già ridotto sensibilmente i margini per poter avviare offerte di sicuro interesse.



Ecoincentivi: quali settori dopo l'auto?

Base: totale intervistati - (% di intervistati che auspicano l'applicazione di nuovi incentivi nei diversi settori)

Elettrodomestici bianchi

79%

Informatica domestica

71%

Elettrodomestici bruni

68%

Telefonia/Fax/Cellulari

59%

Mobili

57%