



# Tendenze e comportamenti d'acquisto

L'interesse verso le diverse categorie di beni e la scelta del punto vendita. Italiani e stranieri a confronto.

# Come è variato l'interesse degli italiani verso i beni di consumo

*Cresce l'attrazione verso l'informatica domestica e tutto ciò che esprime un miglioramento della qualità della vita attraverso l'innovazione tecnologica.*

Negli ultimi anni l'Osservatorio Findomestic ha più volte trattato, da diverse angolature, le dinamiche che portano i consumatori italiani a scegliere i beni durevoli e i servizi offerti dalla distribuzione commerciale.

Nelle dinamiche che muovono all'acquisto, esiste un livello iniziale che non esprime ancora una vera e propria intenzione, ma semmai una "tensione", ovvero uno stato in cui il consumatore, elaborando i propri bisogni e desideri, diventa più ricettivo verso alcuni stimoli (informazioni, pubblicità, passaparola) che, successivamente, lo guideranno verso una scelta d'acquisto.

Questa tensione, definita come "ricettività", varia ovviamente nel tempo e può essere utilizzata come indicatore pre-

co di tendenza per comprendere i futuri orientamenti di spesa di un target.

Si può quindi osservare come l'interesse verso le diverse categorie merceologiche, si sia modificato nel tempo.

Considerando come arco temporale di riferimento gli ultimi cinque anni, il termometro della ricettività, per quanto

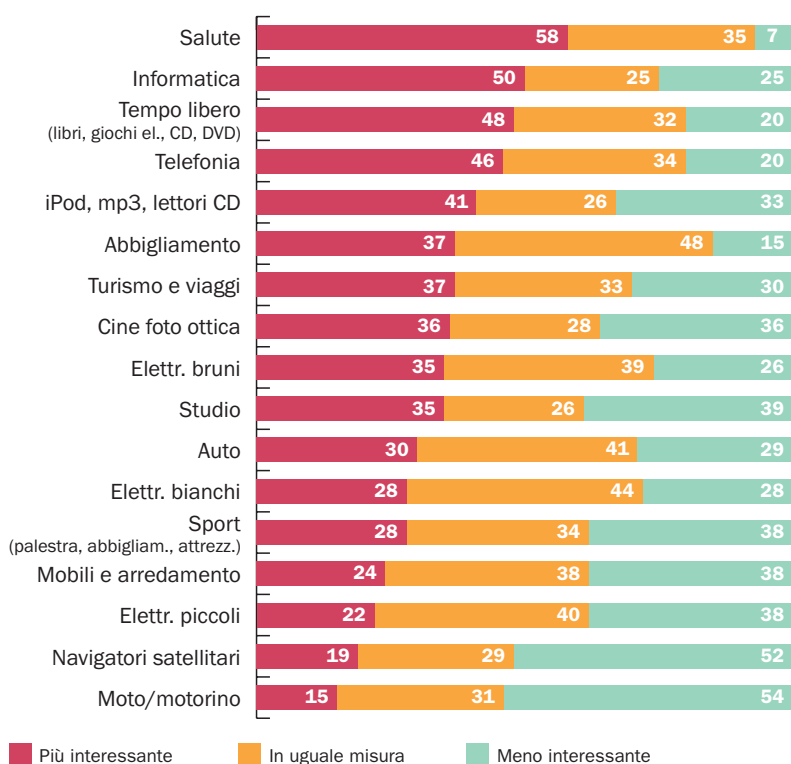
riguarda i beni durevoli, si innalza soprattutto per l'informatica domestica e i vari supporti o periferiche che sono a essa correlati, in gran parte in un'ottica di utilizzo per il tempo libero: CD, DVD, iPod, lettori MP3, ecc. Un altro polo tecnologico

Si potrebbe dire che la spinta verso tutto ciò che esprime un miglioramento della qualità della vita attraverso l'innovazione resta molto vitale...

che continua a interessare è quello della telefonia mobile, del resto anch'essa sempre più integrata con gli aspetti informatici (collegamenti internet, blue tooth, trasmissioni di immagini e testi in digitale, ecc.). Nella stessa logica, bilancio in crescita, ma meno accentuato, per gli elettrodomestici bruni. Si potrebbe dire che la spinta verso tutto ciò che esprime un miglioramento della qualità della vita attraverso l'innovazione resta molto vitale, anche se le famiglie italiane non sembrano avere ben deciso su quale "cavallo tecnologico" sia meglio puntare. Computer, telefono, televisione sembrano, infatti, lanciati in una grande gara, nella quale non è chiaro quale supremazia si stabilirà.

Tecnologia a parte, i consumatori appaiono anche molto ricettivi verso altri settori che esprimono benessere, come l'abbigliamento, il turismo e i viaggi.

**Variazione dell'interesse per alcuni beni e servizi (%)**



# I fattori che guidano gli italiani nella scelta del punto vendita

*Personale disponibile e casse veloci sono gli aspetti ritenuti più importanti.*

Se da una parte la ricettività esprime la capacità della domanda di assorbire le proposte del mercato, dall'altra parte è naturale che queste dovranno essere correttamente indirizzate dalla distribuzione, attraverso il mix di offerta che si sarà in grado di costruire sul punto vendita. Pertanto è opportuno considerare quali fattori il consumatore ritiene oggi più importanti.

Al primo posto, come in passato, emerge la disponibilità del personale, fondamentale punto di riferimento a cui non tutta la clientela si affida direttamente ma che, per l'appunto, deve preferibilmente essere disponibile nello spazio vendita.

Subito dopo si trova la rapidità delle operazioni alla cassa: spesso il cliente, soprattutto nelle grandi superfici, affronta ricognizioni e percorsi di scelta che lo impegnano anche fisicamente e dover sopportare alla fine una lunga coda alla cassa gli risulta particolarmente fastidioso.

Nella classifica di importanza, al terzo posto, si situa la facilità di raggiungimento: come il precedente, un fattore che pone enfasi sul tempo e gli sforzi dedicati allo shopping.

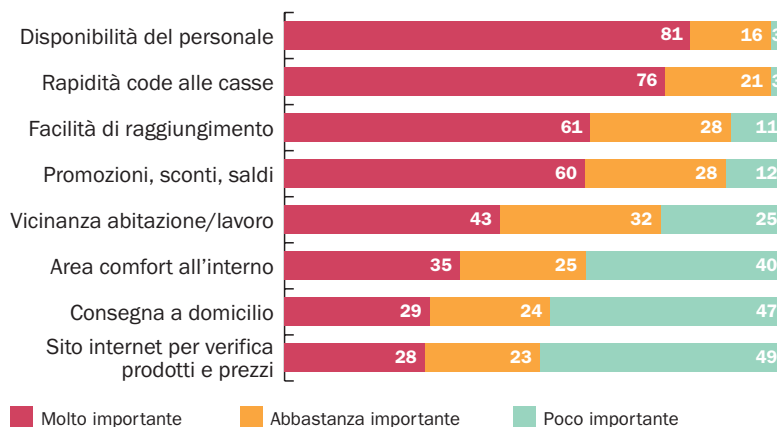
Pressoché allo stesso livello, poter trovare sul punto vendita promozioni e sconti.



Tendenze



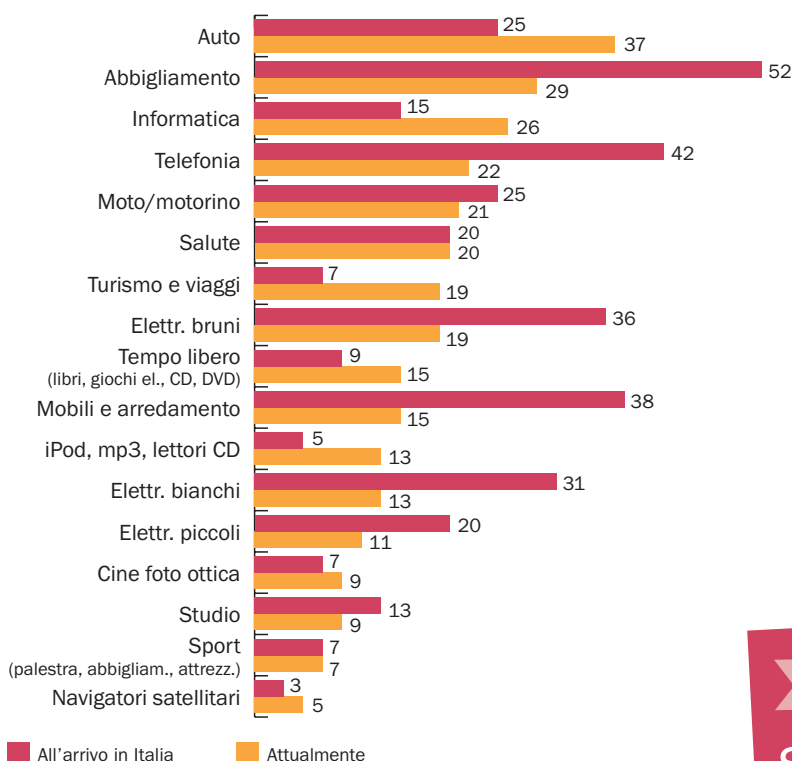
## Importanza di alcuni fattori nella scelta del punto vendita (%)



# L'interesse degli stranieri verso i beni di consumo

Abbigliamento e telefonia sono i beni più ricercati all'arrivo in Italia, poi l'interesse si sposta anche su mobilità e informatica domestica.

**Variazione dell'interesse per alcuni beni e servizi (%)**



Se per la popolazione italiana si è considerata la variazione nella ricettività avvenuta negli ultimi cinque anni, per gli stranieri si è preferito osservare le modificazioni intervenute rispetto al loro ingresso in Italia. Il quadro che ne risulta delinea chiaramente come ai consumi di base (abbigliamento, mobili, elettrodomestici, ma anche telefonia, indispensabile per comunicare) si sia sostituito un accresciuto interesse per auto, informatica domestica e altri beni correlati al tempo libero ed al benessere (CD, DVD, iPod, lettori MP3, camere digitali, ecc.). L'integrazione sociale sembra passare, quindi, ineluttabilmente, anche attraverso un'integrazione delle abitudini di consumo: una volta usciti da una fase di fisiologico assestamento, questi soggetti paiono pronti a diventare, a pieno titolo, clienti di un mercato maturo, che offre a tutti una gamma molto ampia di possibilità di scelta.

» L'integrazione sociale degli stranieri passa anche attraverso un'integrazione delle abitudini di consumo.

## Gli stranieri nella scelta del punto vendita

Promozioni, sconti e disponibilità del personale sono i fattori che guidano verso il negozio preferito.

In base a quali fattori scelgono il punto vendita i consumatori stranieri? La loro classifica di importanza vede al primo posto promozioni e sconti. Ma se si osservano gli altri elementi di preferenza, a parte questi aspetti economici derivanti da una minor capacità di spesa, si nota che - come per gli italiani - è importante soprattutto la disponibilità del personale, la rapidità del servizio alle casse e la facilità di raggiungimento del punto vendita. Una spesa con un occhio prima di tutto al risparmio, quindi, ma comunque senza rinunciare a un certo livello di servizio e di comfort.

**Importanza di alcuni fattori nella scelta del punto vendita (%)**

