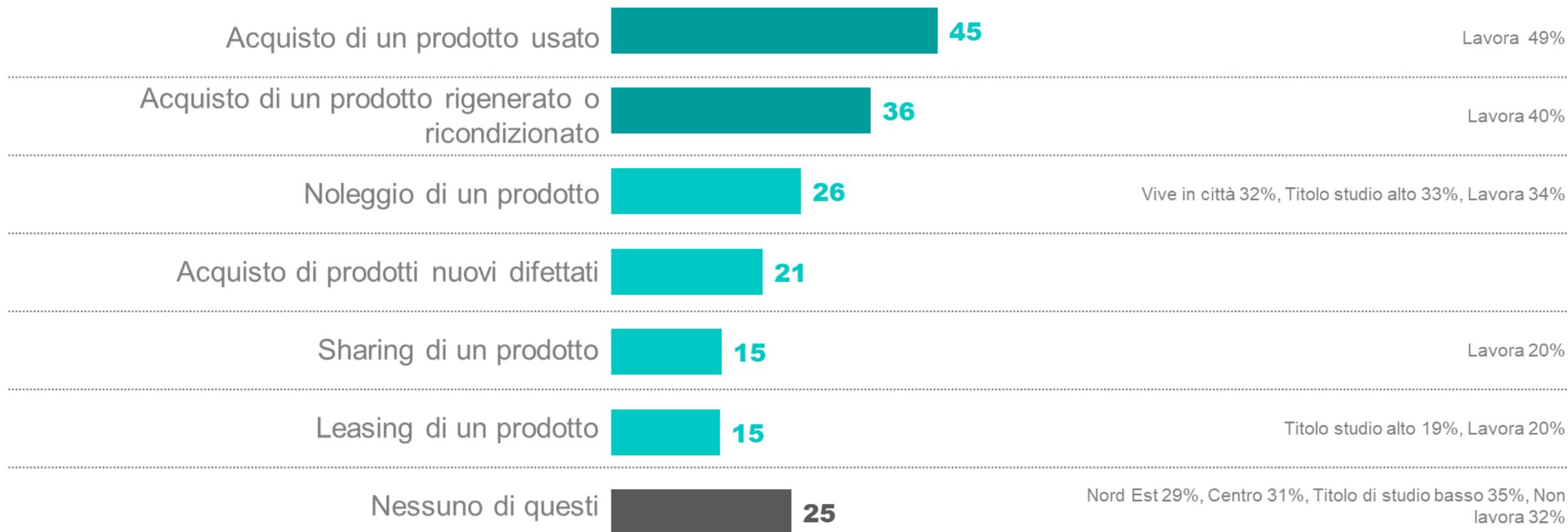


Le scelte dei consumatori sull'economia circolare

Negli ultimi 3 anni, quasi un italiano su 2 ha acquistato un prodotto usato e uno su 3 un prodotto ricondizionato



Negli ultimi 3 anni ha utilizzato...

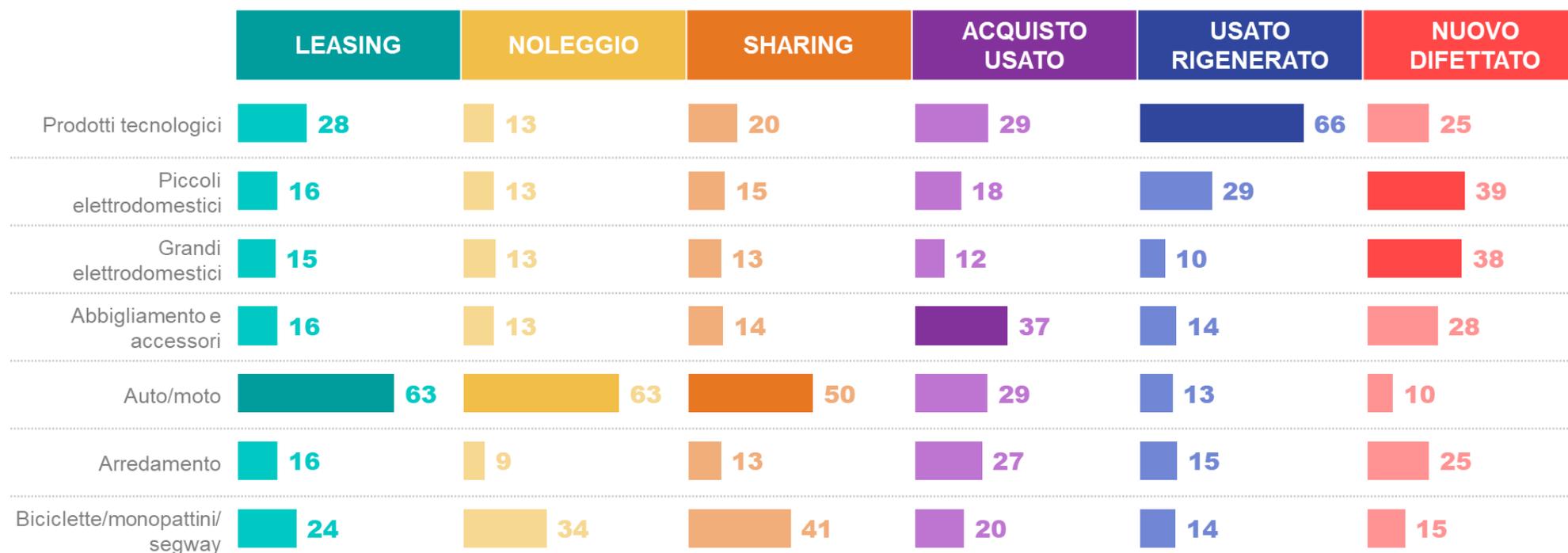


I prodotti per i quali, negli ultimi 3 anni, sono stati utilizzati i servizi alternativi all'acquisto del nuovo



Leasing, noleggio e sharing utilizzati soprattutto per Auto e moto, acquisto usato per abbigliamento e accessori, usato rigenerato sui prodotti tech e acquisto di prodotti nuovi difettati per elettrodomestici. Sharing inteso nel senso più ampio di condivisione

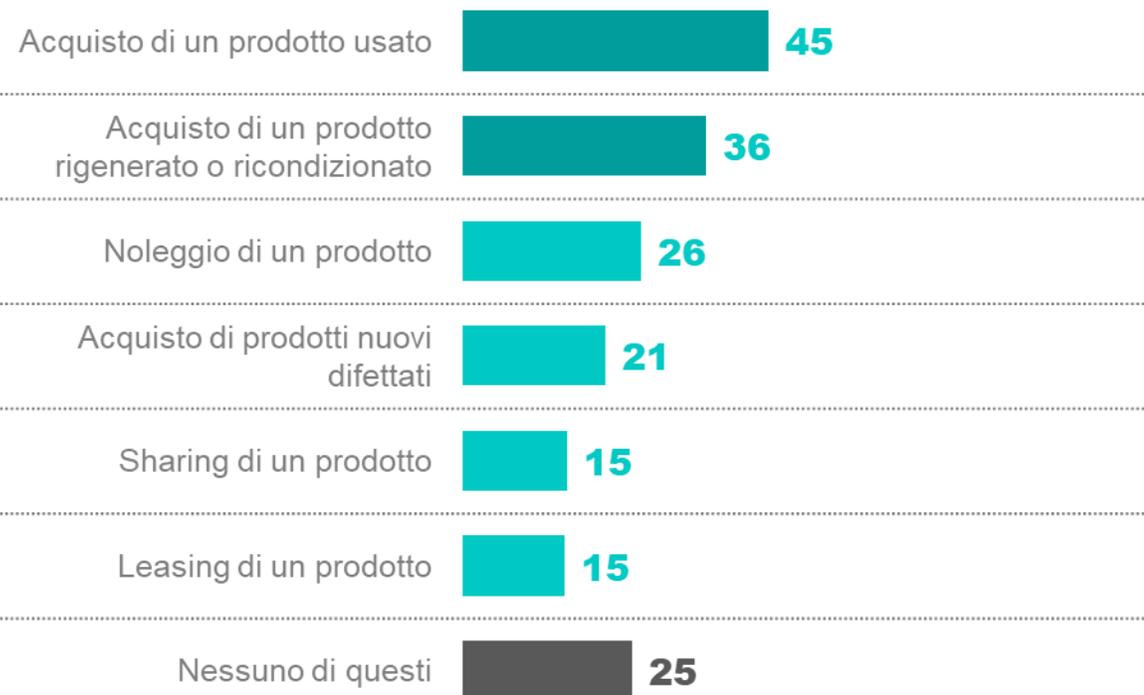
Le categorie di prodotto per le quali, negli ultimi 3 anni, sono stati utilizzati i servizi di...



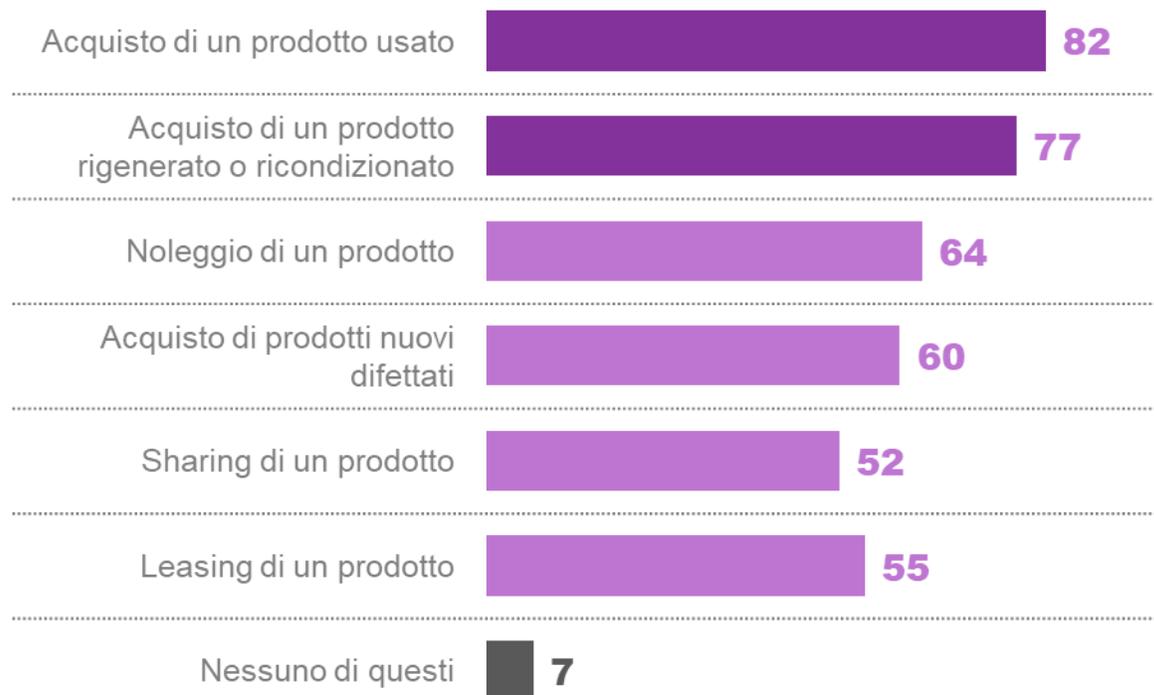
Aumenta la propensione generale ad utilizzare servizi alternativi all'acquisto del nuovo



Negli ultimi 3 anni ha utilizzato...



In futuro intende utilizzare...



Le prospettive di utilizzo dei servizi alternativi all'acquisto in futuro



Rispetto all'utilizzo negli ultimi 3 anni, aumenta soprattutto la propensione all'acquisto usato o rigenerato di auto, moto e all'usato rigenerato di grandi elettrodomestici

L'intenzione di utilizzare i servizi alternativi all'acquisto in futuro – Valori % esclusi Nessuno di questi

	LEASING		NOLEGGIO		SHARING		ACQUISTO USATO		USATO RIGENERATO		NUOVO DIFETTATO	
Prodotti tecnologici	21	-7	16	+3	17	-3	31	+2	60	-6	34	+9
Piccoli elettrodomestici	12	-4	10	-3	14	-1	21	+3	32	+3	39	-
Grandi elettrodomestici	13	-2	10	-3	15	+2	15	+3	23	+13	33	-5
Abbigliamento e accessori	10	-6	10	-3	11	-3	33	-4	17	+3	35	+7
Auto/moto	66	+3	66	+3	54	+4	45	+16	23	+10	18	+8
Arredamento	11	-5	8	-1	10	-3	31	+4	19	+4	31	+6
Biciclette/monopattini/segway	17	-7	34	-	36	-5	26	+6	19	+5	19	+4

+/- X = DIFFERENZA CON UTILIZZO ULTIMI 3 ANNI (Q2)

6 italiani su 10 preferiscono essere proprietari di un prodotto



L'idea di essere proprietario di un prodotto, rispetto ad averne la disponibilità per un periodo di tempo limitato come la fa sentire?

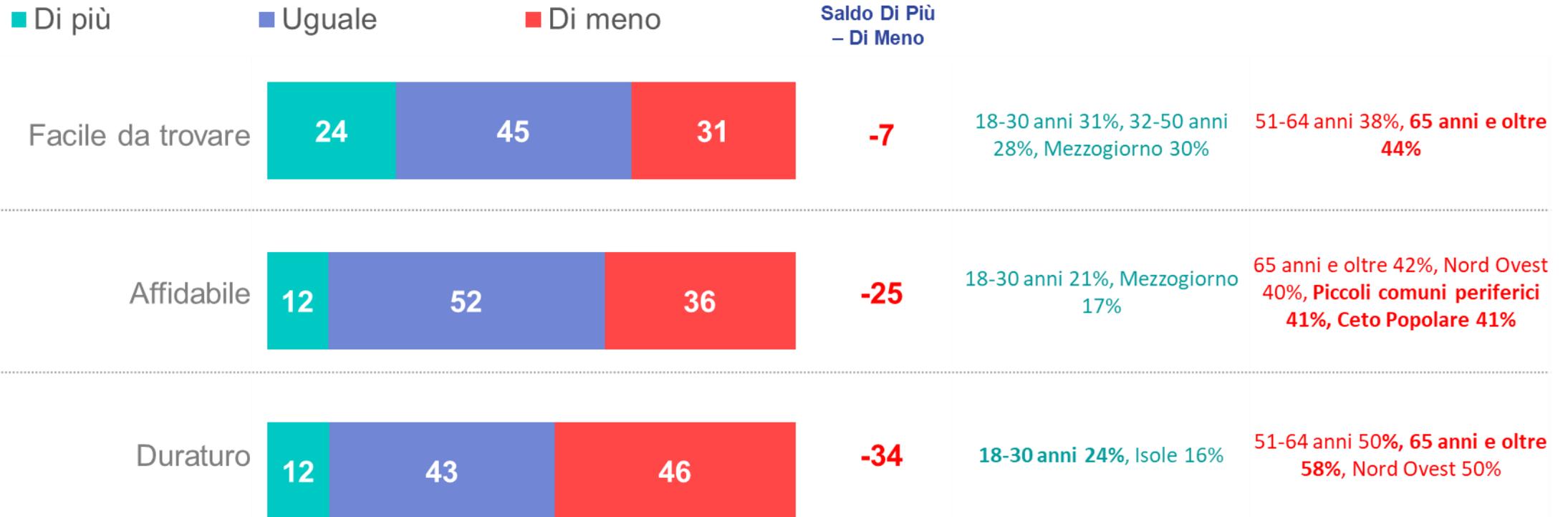
■ Preferisco essere proprietario del prodotto ■ è indifferente ■ Preferisco utilizzare il prodotto, senza esserne proprietario



Il prodotto usato rigenerato/ricondizionato è considerato meno facile da trovare, meno affidabile e meno duraturo del nuovo



Rispetto al nuovo, il prodotto usato rigenerato o ricondizionato è più o meno...



Per 7 italiani su 10 il prodotto usato ricondizionato/rigenerato ha maggiori benefici ambientali.



Rispetto a un prodotto nuovo, l'acquisto di un prodotto rigenerato o ricondizionato offre benefici ambientali derivanti da...

■ Molto significativi ■ Abbastanza significativi ■ Abbastanza limitati ■ Molto limitati o nulli

Minore utilizzo di risorse naturali



70

65 anni e oltre 76%, Nord Est 75%,
Centro 75%

Minore produzione di rifiuti



70

65 anni e oltre 75%, Nord Est 76%,
Titolo studio basso 75%

I principali limiti alla diffusione del riutilizzo di prodotti usati ricondizionati o rigenerati



Una società non abituata al «riuso» e il desiderio di acquistare le novità uscite sul mercato sono i principali limiti alla diffusione dei prodotti rigenerati/ricondizionati

I principali limiti alla diffusione del riutilizzo di prodotti usati ricondizionati o rigenerati

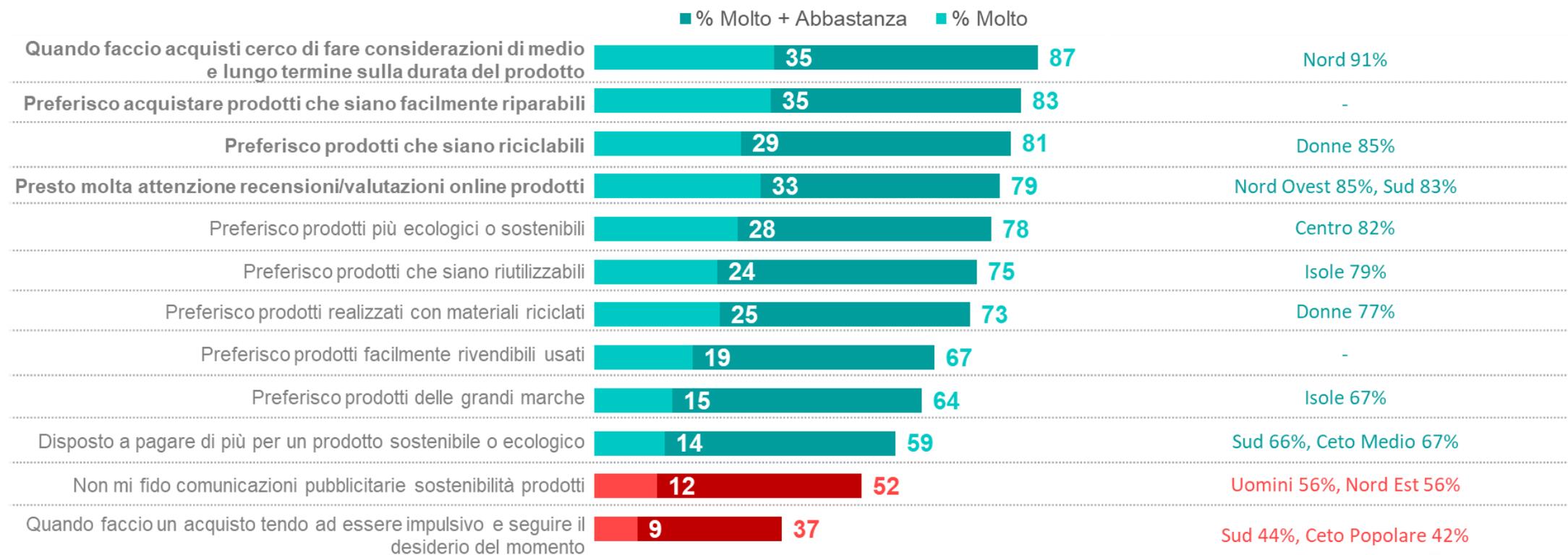


Le scelte di acquisto degli italiani



Nelle decisioni di acquisto, italiani attenti alle considerazioni sulla durata del prodotto, sul fatto che sia riparabile, riciclabile e alle recensioni di altri consumatori. Tendono a fidarsi delle comunicazioni pubblicitarie sulla sostenibilità e sono poco impulsivi.

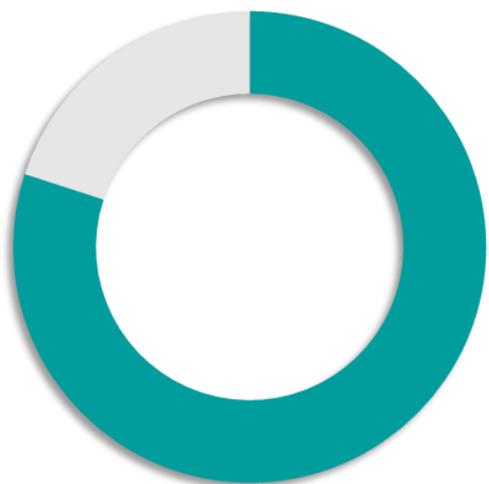
Parliamo ora delle Sue scelte d'acquisto. Quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni?



Per 8 italiani su 10 è importante ridurre l'imballaggio



C'è chi sostiene che gli imballaggi generano molti rifiuti e tendono ad aumentare con i consumi e con l'aumento del commercio on-line. Secondo Lei...



80%

Bisogna impegnarsi per ridurli



20%

Non si può fare nulla per ridurli

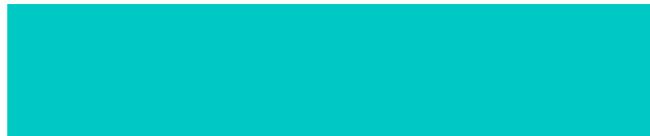
servono per il trasporto e per la sicurezza dei prodotti
18-30 anni 27%, Isole 25%

7 italiani su 10 ritengono importante avere maggior cura dei prodotti che si usano



La scarsità di risorse naturali rappresenta un incentivo ad avere una maggiore cura dei prodotti?

Una maggiore cura dei prodotti che usiamo necessaria per usarli meglio e più a lungo, riducendo gli sprechi



71

65 anni e oltre 84%, Nord Est 75%, Titolo studio basso 77%

È esagerato parlare di scarsità di risorse naturali



22

18-30 anni 30%, 31-50 anni 27%, , Piccolo comune 26%, Titolo studio alto 26%

Non vedo un collegamento fra la scarsità delle risorse e la cura dei prodotti



7

18-30 anni 11%, Piccolo comune 11%



Grazie per l'attenzione

L'indagine sarà disponibile a breve su:
www.circulareconomynetwork.it
www.fondazionevilupposostenibile.org
www.legacoop.coop