

Largo consumo, i senior spendono di più

Gli over 55 trainano la spesa di largo consumo. Almeno in Italia.

Secondo la ricerca «Gli shopper 55+ e la spesa Fmcg», condotta sul consumer panel della società YouGov, specializzata nelle indagini rivolte ai consumatori, il 51% delle famiglie ha un responsabile acquisti di oltre 55 anni, «con un impatto decisivo sia dal punto di vista economico (4.700 euro è la spesa media per acquirente, rispetto ai 3.900 euro delle fasce più giovani, che porta al 54% l'incidenza sulla spesa totale) sia sociale: oltre 4 su 10 infatti supportano le famiglie non conviventi dei figli adulti, acquistando prodotti Fmcg (Fast Moving Consumer Goods) per i nipoti (42%) o per i figli (13%)».

Non solo: i consumatori over 55 prediligono la qualità al prezzo (52% vs 41%) e sono più orientati all'acquisto di prodotti italiani (se può, compra prodotti italiani l'81% a fronte del 70% dei più giovani) e di provenienza locale (73% vs 64%).

In base alle attitudini, agli stili di vita e ai comportamenti di acquisto, sono state individuate cinque categorie: «I nuovi 40» (11% delle famiglie), «Risparmio e cautela» (26%), «Mi prendo cura di me» (23%), «Nonni spesa e cucina» (18%) e «Vita da nonni» (22%). Tra le analogie comuni, l'atteggiamento nei confronti della spesa, giudicata divertente o non noiosa dalla maggioranza dei rispondenti, una diffusa attenzione ai prezzi e alle offerte e una inclinazione alla pianificazione che prevale rispetto all'acquisto d'impulso: 8 su 10 si informano utilizzando soprattutto il volantino (consultato dal 45%).

© Riproduzione riservata

DS6901

