

96% dos portugueses querem reduzir o seu consumo diário, revela estudo

19 de Julho, 2022

Atualmente, 9 em cada 10 europeus (86%) estão prontos para alterar o seu consumo diário. No caso dos portugueses, esta predisposição é ainda mais notória (94%), nomeadamente no que se refere ao cuidado em não comprar produtos e serviços de que não necessitam (90%); em comprar produtos sustentáveis (96%) ou em reduzir o seu consumo diário (96%). A conclusão é da segunda edição do barómetro Europeu das Melhores Práticas de Compra, do Oney Bank, em parceria com a Harris Interactive.

Dedicada à economia circular, a mais recente edição deste Barómetro, partilhada pelo Oney Bank, revela que os europeus tornaram-se mais atentos ao seu consumo, aumentando o cuidado em evitar comprar produtos e serviços de que não necessitam, procurando adquirir produtos mais sustentáveis e reduzindo o seu consumo diário. O estudo demonstra que, em 2022, a sustentabilidade dos produtos tem vindo a tornar-se um critério essencial para as compras dos europeus, a par do preço, este último muito reforçado pelo atual contexto económico inflacionista.

Há dois critérios de compra que se estão a tornar cada vez mais considerados, nos últimos 12 meses, pelos europeus como fatores determinantes no seu consumo: em primeiro lugar o combate ao desperdício (56% a nível europeu e 57% em Portugal) e a sustentabilidade do produto (47% dos europeus e 45% dos portugueses). Entre os critérios de responsabilidade, a redução da pegada de carbono dos produtos comprados é assinalada como o menos importante para os consumidores europeus.

Em 2022, 90% dos consumidores europeus estão particularmente atentos à sustentabilidade dos produtos (96% no caso dos portugueses) e mais especificamente quando se trata de eletrodomésticos e tecnologia (telefones, computadores, etc).

[blockquote style="1"]Artigos em segunda mão: mercado com crescimento de 50% num ano [/blockquote]

Com três em cada quatro europeus a terem optado por um produto em segunda mão em vez de um novo nos últimos 12 meses, a escolha de produtos recondicionados ou em segunda mão é agora um comportamento estabelecido entre os europeus. Um compromisso mais responsável para o planeta, mas também a nível individual, num contexto em que os consumidores têm uma perceção de poder de compra decrescente desde o início do ano. Os franceses são os que mais admitem ter comprado produtos em segunda mão/recondicionados (85%), seguidos dos portugueses (78%) e espanhóis (73%).

Esta mudança de comportamento traduz-se no “aumento das vendas em sites online e lojas de segunda mão”, um mercado que cresceu significativamente no último ano, com um “aumento de 50%”, indica o estudo. Hoje, os europeus

gastam em média 301 euros por ano em produtos em segunda mão (360 euros no caso dos portugueses) e 297 euros em produtos reconicionados (322 euros em Portugal). Estas compras são principalmente para produtos de lazer, cultura, mobiliário e decoração.

No próximo ano, esta tendência deverá continuar a crescer: “mais de metade dos europeus quer comprar mais produtos em segunda mão (57% no caso dos portugueses), especialmente nos setores doméstico e de lazer – Móveis e decoração 32%; Produtos culturais e de lazer 31%; Produtos para bricolage e jardinagem 30%; Roupas e sapatos 30% e Eletrodomésticos 30%”, refere o estudo.

[blockquote style="1"]Pagamento fracionado : Uma alavanca de compra responsável para 78% dos portugueses [/blockquote]

Nos últimos 12 meses os produtos em segunda mão têm sido maioritariamente adquiridos online, em sites que permitem a compra e venda entre indivíduos (47%) ou em plataformas de compras na internet ou plataformas-lojas online (45%). Um mercado que tem evoluído rapidamente e onde as marcas mais conhecidas têm ganho notoriedade, mas para o qual os consumidores, especialmente aqueles que ainda não fazem tais compras, continuam a confiar mais nos retalhistas físicos (75% dos europeus e mais de 70% para os portugueses).

Enquanto a inflação continua a aumentar, num contexto de perceção de enfraquecimento do poder de compra dos europeus, desde o início do ano, “o preço e a durabilidade dos produtos são ainda mais decisivos” no momento de comprar produtos em segunda mão (87% para os portugueses), “o apoio ao cliente, a confiança e a qualidade do serviço continuam a ser critérios essenciais”. O estudo conclui que “76% dos europeus (78% dos portugueses) comprariam mais produtos em segunda mão ou reconicionados se pudessem pagá-los e forma fracionada”, precisa o estudo.

Como parceiro na transformação do comércio há quase 40 anos e aliado na vida quotidiana dos consumidores, o Oney lançou o barómetro Europeu de Melhor Consumo em 2022 com o objetivo de analisar as principais tendências de consumo. A segunda edição do Barómetro, realizado em junho de 2022, foca-se mais especificamente nos desafios da economia circular.