

# Acquisto ma non possiedo Noleggio a lungo termine anche per l'arredamento

**L'indagine.** I nuovi consumatori fotografati dai ricercatori della Doxa  
In principio fu lo smartphone, oggi formula valida anche per i mobili

**MARILENA LUALDI**

■ Noleggio e acquisto, un match che ha un campo d'azione sempre più vasto. Cambiano le mentalità, le abitudini, le esigenze di vita. Così anche nel nostro Paese e nel nostro territorio comprare non rappresenta più l'unica opzione, bensì si rafforza il noleggio a lungo termine.

In alcuni ambiti è già collaudato: pensiamo agli smartphone o alle auto per cui queste formule hanno già fatto il loro ingresso con successo. I comaschi le usano già. Ma anche su fronti più sorprendenti, sempre rispetto alle nostre consuetudini, la tendenza prende piede. Fanalino di coda, per ora i mobili: è presumibile però che anche questo fronte crescerà.

Lo documenta una recente indagine della Doxa: i comportamenti degli italiani nei confronti dei beni prima considerati di proprietà, sta cambiando e rapidamente. Anche perché con le nuove generazioni, si assiste e si assisterà ad altre modifiche ancora.

Dai consumatori ai consumatori, dunque con un margine di consapevolezza e protagonismo più accentuato, arrivando a un traguardo per cui consumo non è più termine adeguato.

**Le sorprese**

L'indagine è stata svolta appositamente da Doxa per conto di

Findomestic. Gli italiani sono pronti a noleggiare a lungo termine anche attrezzi per la manutenzione di casa e giardino (11%) - assicura la società di sondaggi - elettrodomestici (10%), attrezzature sportive (10%), articoli per l'infanzia (7%). Ma ecco che compare persino l'arredo, anche se in punta di piedi: per il 2%. L'indagine esplora quindi il "rent", pratica che consente di affittare un bene per un periodo compreso tra uno e cinque anni pagando un canone mensile che spesso comprende anche servizi aggiuntivi. Altrove questa è già una realtà collaudata, da noi sta avanzando ora almeno in alcuni ambiti. Ma non si può sottovalutare il suo impatto futuro.

Claudio Bardazzi, responsabile dell'Osservatorio Findomestic, lo sottolinea senza esitazione commentando l'indagine: «Anche noi italiani stiamo imparando a valutare i vantaggi dei servizi accessori o della manutenzione offerti dal rent: un importante cambio di passo per il Paese che più di ogni altro in Europa è legato alla proprietà».

Basta la parola. Già la reazione all'espressione chiarisce come stia diventando di casa e non si affacci lo sconcerto. Secondo la ricerca della Doxa il noleggio a lungo termine oggi è conosciuto dal 49% degli intervistati: tra questi l'89% lo collega essenzialmente al mondo dei motori.

Qui in effetti ha avuto il suo battesimo del fuoco. Secondo l'Associazione nazionale dell'Industria dell'Autonoleggio e Servizi Automobilistici (Aniasa), sono più di 30mila gli italiani ad aver rinunciato alla vettura di proprietà per affidarsi alla formula "tutto incluso" con un costo fisso.

Le case automobilistiche non si sono stracciate le vesti, proprio perché hanno studiato alternative che trovassero entrambi i fronti soddisfatti.

Del resto, sulla mobilità il fenomeno è in velocissima evoluzione, anche per via delle nuove leve che stanno cambiando approccio ai beni di possesso, auto comprese. Qui si sta diffondendo il car sharing e anche l'età a cui si prende la patente (conquista irrinunciabile per diverse, consecutive generazioni) è sempre più tardiva: altro che aspettare con ansia i 18 anni, si arriva anche dopo i 21.

**Bene apripista**

Gli smartphone però sono stati tra gli apripista del rent. Il 50% degli intervistati da Doxa per Findomestic potrebbe sottoscrivere (il 42% dice «probabilmente», l'8% «certamente») un



abbonamento che prevede il noleggio a lungo termine di un telefono di alta gamma (con un valore superiore a 500 euro). Questo avviene pagando un canone mensile comprensivo di assicurazione contro danni e furto e la chance di sostituirlo dopo alcuni mesi con uno di gamma superiore.

E qui entra in gioco un altro fattore strategico, che accomuna auto e smartphone: la tecnologia in rapida evoluzione viene così sempre agguantata per tempo. Nel caso dei veicoli, ciò significa anche non incorrere nel problema di un'auto che potrebbe essere interessata, per l'età, dai blocchi del traffico in caso di allarme inquinamento.

Ma per tornare agli smartphone, Apple e Samsung si giocano il primato tra i consumato-

ri, entrambi con il 36% di preferenze.

Tra i principali vantaggi legati al noleggio a lungo termine c'è, per più di metà degli intervistati da Doxa per Findomestic (54%), la possibilità di beneficiare di servizi accessori come assicurazione su furto e danni, sostituzione in caso di guasto e manutenzione ordinaria programmata.

Ma anche la chance di dilazionare il pagamento attraverso la rateizzazione con canone mensile (37%) e di sostituire, dopo un certo periodo di tempo, il bene che si è noleggiato con un altro nuovo e di ultima generazione (36%) appunto: ecco

l'aspetto tecnologico che avanza. Inoltre, viene considerato cruciale poter provare a lungo un prodotto per valutarne approfonditamente le caratteristiche prima di effettuare un eventuale acquisto dello stesso (30%). Si misura veramente ciò di cui si dispone.

Che cosa conta meno, invece? Meno rilevanti vengono considerati avere a disposizione un prodotto di altissimo livello, top di gamma (21%) e evitare i problemi (anche economici) legati allo smaltimento del prodotto una volta cessata la sua utilità (17%).

Certo, a livello psicologico si hanno reazioni diverse. Infatti, si è chiesto agli italiani «che effetto fa» il noleggio di un bene a lungo termine. Per il 36% degli intervistati questa scelta

equivale a essere proprietario del bene a tutti gli effetti. Così si prende ugualmente cura del bene. Per il 26% vale l'opposto: la possibilità di beneficiare di alcuni servizi accessori, quali la copertura assicurativa e l'assistenza tecnica dedicata, consente un uso più disinvolto del prodotto. Un altro 24% - sostiene l'indagine - ha una maggiore cura del bene noleggiato in vista della restituzione dello stesso (questo dato sale al 30% per le donne e scende al 20% per gli uomini), mentre il 14% ha meno cura del bene perché sa che verrà sostituito.

## Elettrodomestici e mobili

*Gli italiani sono pronti a noleggiare a lungo termine anche attrezzi per la manutenzione di casa e giardino (11%), elettrodomestici (10%), attrezzature sportive (10%), articoli per l'infanzia (7%) e persino mobili (2%)*



Il primo boom del noleggio risale agli smartphone



## Noleggio, che passione

**49%\***

degli italiani conosce "abbastanza" o "molto" bene il **noleggio a lungo termine** e associa il termine soprattutto a:

Veicoli  
**89%**



### Con il noleggio\*



**14%**  
fa un uso più disinvolto del bene in vista della sostituzione

**36%**  
sente il bene come "proprio" a tutti gli effetti

**24%**  
ha più cura del bene in vista della restituzione

**26%**  
fa un uso più disinvolto del bene grazie alla copertura assicurativa



Fonte: Doxa

\*Base: totale campione (750 casi)

\*\*Base: persone che non sottoscriverebbero servizi di noleggio a lungo termine (184 casi)



Vantaggi\*



Svantaggi\*\*

**54%**

beneficiare di servizi accessori

**37%**

dilazionare il pagamento

**36%**

disporre sempre dell'ultimo modello

**33%**

non adatto alle proprie esigenze

**26%**

troppo costoso sul lungo periodo

**23%**

non poter cambiare quando si vuole

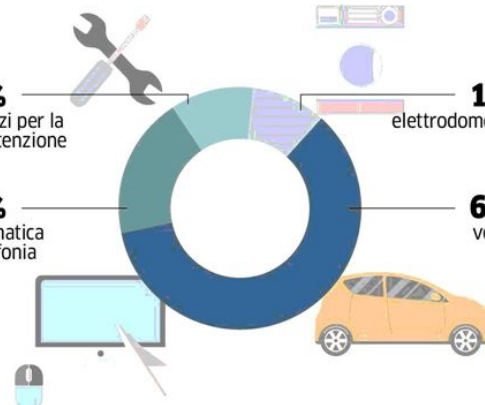
### I beni per i quali si è più disposti a effettuare un noleggio a lungo termine\*

**11%**  
attrezzi per la manutenzione

**19%**  
informatica e telefonia

**10%**  
elettrodomestici

**60%**  
veicoli



LEGO



Peso:12-38%,13-8%