

 *subito*

**Osservatorio 2015**  
**Second Hand Economy:**  
Valore Economico e  
Paradigma Sociale  
in Italia

 **Doxa**



# AGENDA

**Il fenomeno della Second Hand Economy**

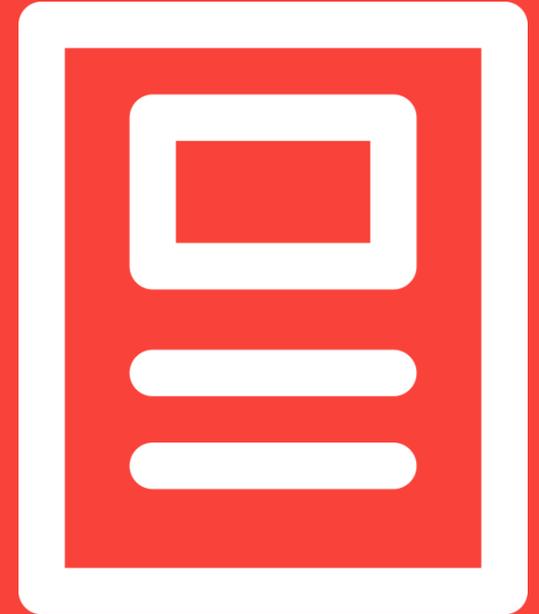
**Perché, dove, cosa**

**I protagonisti della Second Hand Economy**

**I numeri della Second Hand Economy in Italia nel 2015**

**L'evoluzione della Second Hand Economy**

**Focus: Subito**



**La Ricerca:**

*1000 interviste CATI (Computer Aided Telephone Interviews) ad un campione rappresentativo della popolazione italiana*

# Le dinamiche evolutive



## VALORIALE

Una forma di **mercato rinnovata** che contribuisce a **ridefinire il paradigma economico sociale**, riposizionando **l'individuo al centro della propria economia**



## ECONOMICA

L'**usato** ha assunto **un ruolo più centrale negli acquisti** dei consumatori e nella loro economia familiare



## TECNOLOGICA

La compravendita di usato coinvolge **molte categorie merceologiche**, raggiunge **tante persone** e avviene **attraverso diversi canali**, quindi è una scelta intelligente e non convenzionale

# Verso un'economia più sostenibile

**3 italiani su 5**

credono nell'usato come un modo intelligente  
e non convenzionale di fare economia



# Il ruolo centrale dell'usato nei consumatori



**71%**

**di chi ha comprato**

lo ha fatto per  
**risparmiare**

**58%**

**di chi ha venduto**

lo ha fatto per

**liberarsi del superfluo**



Nel 2015 solo il 22% lo ha fatto per guadagnare contro il 38% del 2014, a conferma che la crisi economica non è il «driver» della compravendita dell'usato

# La tecnologia e la Second Hand Economy

**5 italiani su 10**

tra gli under 45

hanno comprato o venduto oggetti usati e **il 40% di questi online**





**PERCHÉ**



**DOVE**



**COSA**

# PERCHÉ



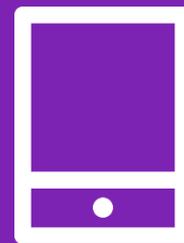
**47%**

tra gli under 45

**OFFLINE**

«posso vedere e toccare l'oggetto»

**subito**



**68%**

tra gli under 45

**ONLINE**

«il web è il canale più veloce»

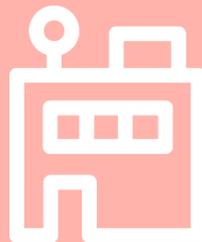
**Doxa**

# DOVE

si compra

**66%**

tra gli under 45  
**nei mercatini  
negozi dell'usato**



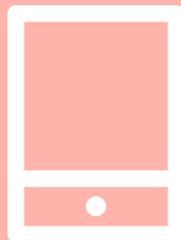
si vende

**26%**

tra gli under 45  
**nei mercatini  
negozi dell'usato**

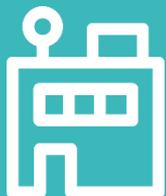
**40%**

tra gli under 45  
**online**



**36%**

tra gli under 45  
**online**



si vende

# COSA



si vende

61%



38%



13%



44%



26%



23%



si compra

si compra



48%



43%



16%



33%



31%



28%

# **I PROTAGONISTI DELLA SECOND HAND ECONOMY**

**Dott. Francesco Morace**  
**Presidente – Future Concept Lab**

# I protagonisti della Second Hand Economy



**FLAVIA 34%**

La leggerezza del superfluo

Spesa media online: €920

**LUCA 15%**

Economia 2.0

Spesa media online: €1.530



**MARTA E PIETRO 11%**

*Gli ideologici*

Spesa media online: €380



 subito

**MARCO 10%**

*Il concreto*

Spesa media online: €700



**LISA 8%**

*La smart chic*

Spesa media online: €1.980



 Doxa

**I NUMERI  
DELLA SECOND HAND ECONOMY  
IN ITALIA NEL 2015**



**18 MILIARDI**

**1% PIL ITALIANO**

SI CONFERMA UN MERCATO STABILE  
MANTENDENDO LO STESSO VALORE DEL 2014

# La Second Hand Economy Online



**38% ONLINE**

**6,8 MILIARDI**



# Il volume d'affari del mercato online



**€4,2 miliardi**



**€980 milioni**



**€360 milioni**

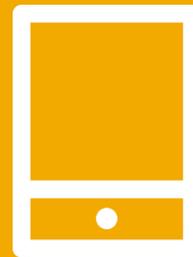


**€340 milioni**



**€80 milioni**

# Chi ha venduto oggetti usati nel 2015



ha guadagnato

**€1.020**

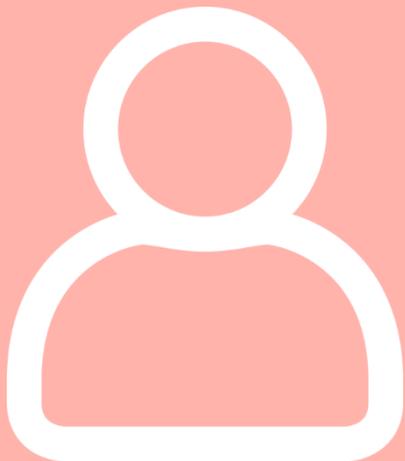
ha guadagnato

**€1.220**

**(solo online +20%)**

# **L'EVOLUZIONE DELLA SECOND HAND ECONOMY**

# Sempre più Second Hand



**56%**

**di chi compra**

ha comprato lo stesso numero  
o più oggetti usati

**67%**

**di chi vende**

ha venduto lo stesso numero  
o più oggetti usati

# Propensione all'acquisto futuro

**62%**

tra gli under 45

**SÌ**



di cui

**42%**

**MOLTO PROPENSI**

(italiani: 39% → +3% rispetto al 2014)

FOCUS

 *subito*

# La conoscenza di Subito nel 2015

**82%**

tra gli under 45

(italiani: 64% → +4% rispetto al 2014)

**77%**

degli italiani

che acquistano usato

**1 su 4 ha comprato**

(tra chi lo ha visitato almeno 1 volta)

# La conoscenza di Subito nel 2015

**67%**

SEMPLICE (intuitivo,  
di facile consultazione)

**52%**

AMICHEVOLE (favorisce il  
contatto diretto  
compratore/venditore)

**36%**

EFFICACE (mi permette di  
trovare quello che cerco)

**21%**

PARTNER (è il mio alleato in  
questo momento di crisi  
economica)

 *subito*

*GRAZIE!*

 **Doxa**

