



## GLI ITALIANI SCELGONO LO SHOPPING DI QUALITA' E LE FIBRE NATURALI

***Cotton Council International presenta i dati di mercato della ricerca internazionale che mette in luce preferenze e abitudini d'acquisto in Italia ed Europa***

Milano, 27 maggio 2010 – Cotton Council International (CCI), l'ente di promozione del cotone americano, ha presentato oggi i risultati della sesta edizione del “**Global Lifestyle Monitor**”, la ricerca internazionale realizzata ogni due anni sulle abitudini e le preferenze nell'acquisto di capi di abbigliamento e biancheria per la casa in diversi paesi, tra i quali l'Italia.

Tra i temi chiave presi in considerazione dalla ricerca, i *luoghi preferiti* per fare *shopping*, i *motivi* per i quali si sceglie *un negozio rispetto ad un altro*, la *frequenza* con cui si fanno acquisti e le *attitudini* generali verso lo shopping, *l'importanza della qualità* (nello specifico, della composizione del capo), *l'influenza del prezzo* sulla decisione d'acquisto e la *spesa* per l'abbigliamento e la biancheria per la casa.

I risultati della ricerca confermano come **gli italiani amino fare shopping**, e soprattutto come apprezzino lo **shopping di qualità**: il 77% apprezza o ama fare acquisti e il 97% degli italiani considera la qualità complessiva del capo un elemento fondamentale prima dell'acquisto e il 73% si dichiara pronto a spendere di più per una migliore qualità.

Per questo, nonostante la crisi generale che ha investito anche il settore tessile, la maggior parte degli italiani ha acquistato un numero superiore o pari di capi di abbigliamento rispetto all'anno precedente spendendo, nel 65% dei casi, quanto l'anno scorso o più.

Dalla ricerca emerge anche chiaramente come gli italiani prestino grandissima attenzione alla composizione, ovvero al tessuto o fibra dei capi acquistati, preferendo ampiamente le fibre naturali a quelle artificiali, e – in primis – il cotone sia nella biancheria per la casa sia nell'abbigliamento.

### **I LUOGHI DELLO SHOPPING. CRESCE LA TENDENZA 'MONOMARCA'**

L'indagine mette in luce come il *luogo preferito dove fare shopping e comprare capi di abbigliamento* restino i *piccoli negozi indipendenti*, anche se questa tendenza è in diminuzione negli ultimi anni (il 37% compra la maggior parte del proprio guardaroba in questa tipologia di punto vendita, contro il 42% nel 2008); cresce d'altro canto la



preferenza per i *negozi monomarca e a catena* (22%).

Il punto di vendita preferito dagli italiani per la biancheria di casa sono i *negozi specializzati* in tessile casa (23%), un dato in crescita nell'ultimo biennio.

Scenario sostanzialmente differente negli altri Paesi europei presi in considerazione dalla ricerca: in Inghilterra e in Germania sia i capi di abbigliamento sia la biancheria per la casa vengono per lo più acquistati nei grandi magazzini ed è inoltre decisamente più alta rispetto all'Italia la percentuale di chi fa shopping e acquisti on-line.

Quali sono gli elementi *decisivi nella scelta di un negozio* rispetto ad un altro? Per la maggior parte degli italiani il dato fondamentale è la *varietà proposta* (41%), seguita poi a distanza da elementi come il personale preparato, facilità del processo di acquisto e disponibilità di saldi od occasioni.

#### **ABITUDINI DI ACQUISTO: ITALIANI SEMPRE PIU' AMANTI DELLO SHOPPING**

*Gli italiani amano fare shopping? Quanto spesso comprano abiti o biancheria per la casa? Qual è la spesa procapite nel settore abbigliamento? Sono queste alcune delle domande poste agli intervistati*, che mirano a individuare le abitudini di acquisto dei consumatori italiani.

*Cresce, rispetto al 2008, la percentuale di chi afferma che "ama fare shopping" d'abbigliamento (77% rispetto al 69% del 2008) e scende, invece, quella relativa a chi non ama affatto dedicarsi agli acquisti. Una percentuale sicuramente maggiore rispetto ad altri paesi europei, in Germania il 62% dichiara di amare lo shopping e in Gran Bretagna il 60%. Gli italiani fanno shopping con una certa frequenza, la maggior parte dei consumatori compra capi di abbigliamento una volta al mese o ogni 2-3 settimane, ma con attenzione costante a saldi e possibilità di acquisti a prezzi ribassati (poco più del 34% - in linea con il 2008 - sceglie sempre o molto spesso acquisti scontati di almeno il 20%).*

#### **LE FIBRE NATURALI: UNA PASSIONE TUTTA ITALIANA**

*Gli italiani amano le fibre naturali, e oltre il 66% ritiene che i capi realizzati interamente in materiali naturali siano di qualità superiore, oltre a dichiarare che sarebbero disposti a spendere di più per un capo in fibra naturale come il cotone piuttosto che per uno in fibra sintetica (il 77%).*

Il cotone risulta, poi, la fibra che più si adatta ad interpretare le tendenze della moda,



decisamente più della lana, della seta, del lino o di tessuti misti cotone-poliestere. Anche nel tessile casa si esprime una spiccata preferenza per il cotone: quasi il 90% degli italiani preferisce dormire tra lenzuola di cotone al 100%.

### **LA PASSIONE PER IL COTONE: QUALITÀ E MARCHE**

Gli italiani dimostrano di apprezzare le fibre naturali, ma anche di riconoscere le caratteristiche peculiari del cotone – *morbidezza, traspirabilità, naturalezza* – sia per quanto riguarda l'abbigliamento sia per quanto riguarda i tessuti per la casa. Il 77% pensa che il cotone sia la fibra ideale per la moda attuale, una cifra in deciso aumento rispetto al passato (nel 1999 era il 44%). Continua a crescere anche la percentuale di chi ritiene il cotone la “fibra preferita per i capi indossati più spesso” (84%).

La passione per la qualità dei capi e per il cotone supera anche il fascino del brand: alla domanda se prima di acquistare viene presa in considerazione la marca o la composizione in fibra del capo, gli italiani rispondono quasi all'unisono (85%) che prediligono la composizione rispetto alla marca nella scelta del capo. La qualità, secondo l'indagine svolta, è in grado di superare anche l'interesse per il prezzo, il che sottolinea come gli italiani siano consumatori molto attenti ed esigenti in termini di qualità.

La passione per il cotone si traduce anche in “parole”: oltre il 90% degli intervistati dichiara che il cotone “mantiene freschi” e quindi è particolarmente adatto alla stagione estiva, l'86% ritiene che il cotone sia una fibra di qualità e il 57% ritiene che i capi misti cotone/sintetico non sia di una qualità equiparabile a quelli in puro cotone.

#### ***Nota per la redazione:***

la ricerca, realizzata da Synovate per conto di CCI, è stata condotta un campione di 500 persone tra i 15 e i 54 anni intervistate telefonicamente dal 18 al 31 marzo 2010.

\*\*\*\*\*

Il marchio registrato COTTON USA è stato lanciato da CCI nel 1989 e contraddistingue prodotti di elevata qualità realizzati con almeno il 95% di cotone, e per lo meno il 50% di cotone americano. Numerose aziende tessili già utilizzano il marchio e abbracciano, traendone ottimi risultati, le attività COTTON USA e le iniziative di global sourcing a supporto del business.

Cotton Council International (CCI) è stata fondata nel 1956 come estensione internazionale del National Council of America (NCCA), per diffondere su vasta scala i prodotti realizzati con cotone americano nei mercati d'oltreoceano. CCI realizza ricerche di mercato, servizi di informazione, sales promotion e relazioni



pubbliche, proprio per incrementare attivamente le attività di promozione del cotone americano in collaborazione con le organizzazioni correlate all'industria del cotone oltreoceano. Gli uffici centrali di CCI sono a Washington, le sedi oltreoceano hanno base a Londra, Hong Kong, Seoul e Shanghai. Per maggiori informazioni: [www.cottonusa.it](http://www.cottonusa.it) e [www.scopricottonusa.it](http://www.scopricottonusa.it).

**Per maggiori informazioni sul marchio COTTON USA e su CCI:**

Now!PR – Ufficio Stampa

Claudia Sartori, Luisa Calvo

e-mail: [claudias@nowpr.it](mailto:claudias@nowpr.it), [luisac@nowpr.it](mailto:luisac@nowpr.it)

Tel: 02-881290.1

Fax: 02 -86457.116

Stephanie Thiers-Ratcliffe

International Marketing Manager CCI

e-mail: [sthiers@cotton.org](mailto:sthiers@cotton.org)

Tel: + 44 (0) 20 7297 2042

Fax: + 44 (0) 20 7297 2136