



Uno studio di Nielsen IQ, commissionato dall'agenzia KleinS, rivela che i consumatori europei sono insoddisfatti dell'aumento dei costi negli acquisti online transfrontalieri

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

DUSSELDORF, Germania, 1 ottobre 2026 /PRNewswire/ - L'aumento dei prezzi e i costi aggiuntivi per gli acquisti transfrontalieri stanno mettendo sotto pressione i bilanci delle famiglie in tutta Europa. Secondo un nuovo studio di NielsenIQ (NIQ) che copre cinque importanti mercati europei, i consumatori sentono l'impatto dei costi più elevati quando fanno acquisti oltre confine, ma non si rivolgono necessariamente alle alternative locali.

Perché i consumatori europei non passano alle imprese locali?

Lo studio, commissionato da KleinS GmbH, un'agenzia di marketing e comunicazione con sede a Düsseldorf che assiste le aziende asiatiche che entrano in Europa e le aziende europee che si espandono in Asia, ha intervistato 2.501 consumatori online in Germania, Francia, Italia, Spagna e Polonia.

Lo studio ha esaminato come i consumatori reagiscono all'aumento dei prezzi, ai dazi e ad altre pressioni dei costi e come questi fattori influenzano il loro comportamento di acquisto.

I risultati mostrano che le pressioni dei costi si fanno sentire sempre di più nei bilanci delle famiglie. L'87% degli intervistati ha notato un aumento dei prezzi. In media, i consumatori segnalano un aumento del 23 per cento del costo della vita. Più della metà (56 per cento) afferma di aver conseguentemente ridotto la spesa in altri ambiti. Il rapporto qualità/prezzo, la scelta dei prodotti e l'accesso a opzioni a prezzi accessibili rimangono quindi fattori importanti nelle decisioni di acquisto dei consumatori europei.

Per alcune famiglie, gli acquisti online transfrontalieri rimangono un modo per utilizzare efficacemente il budget disponibile. Quando i costi aumentano, i consumatori non smettono necessariamente di comprare. Al contrario, confrontano i prezzi più attentamente, cambiano i prodotti che scelgono o

riducono la spesa altrove.

I risultati giungono nel contesto del dibattito europeo in corso sulla regolamentazione delle spedizioni a basso valore e del commercio online transfrontaliero. Sebbene le nuove norme mirino ad affrontare le preoccupazioni in materia di regolamentazione e concorrenza, lo studio di NIQ mostra come i consumatori percepiscono i costi aggiuntivi e il loro impatto sui bilanci delle famiglie.

L'accessibilità rimane quindi una considerazione importante per i rivenditori, i marchi e i responsabili decisionali. Quando i bilanci delle famiglie sono sotto pressione, i prezzi finali più elevati possono influenzare sia il luogo in cui i consumatori fanno acquisti che il modo in cui essi distribuiscono complessivamente il loro denaro.

Studio di NielsenIQ

View original content: <https://www.prnewswire.com/it/comunicati-stampa/uno-studio-di-nielsen-iq-commissionato-dallagenzia-kleins-rivela-che-i-consumatori-europei-sono-insoddisfatti-dellaumento-dei-costi-negli-acquisti-online-transfrontalieri-302896569.html>

Copyright 2026 PR Newswire. All Rights Reserved.

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE: Immediapress è un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dall'ente che lo emette. Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

[immediapress/pr-newswire](https://www.immediapress.com/pr-newswire)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Ottobre 1, 2026

Autore

redazione