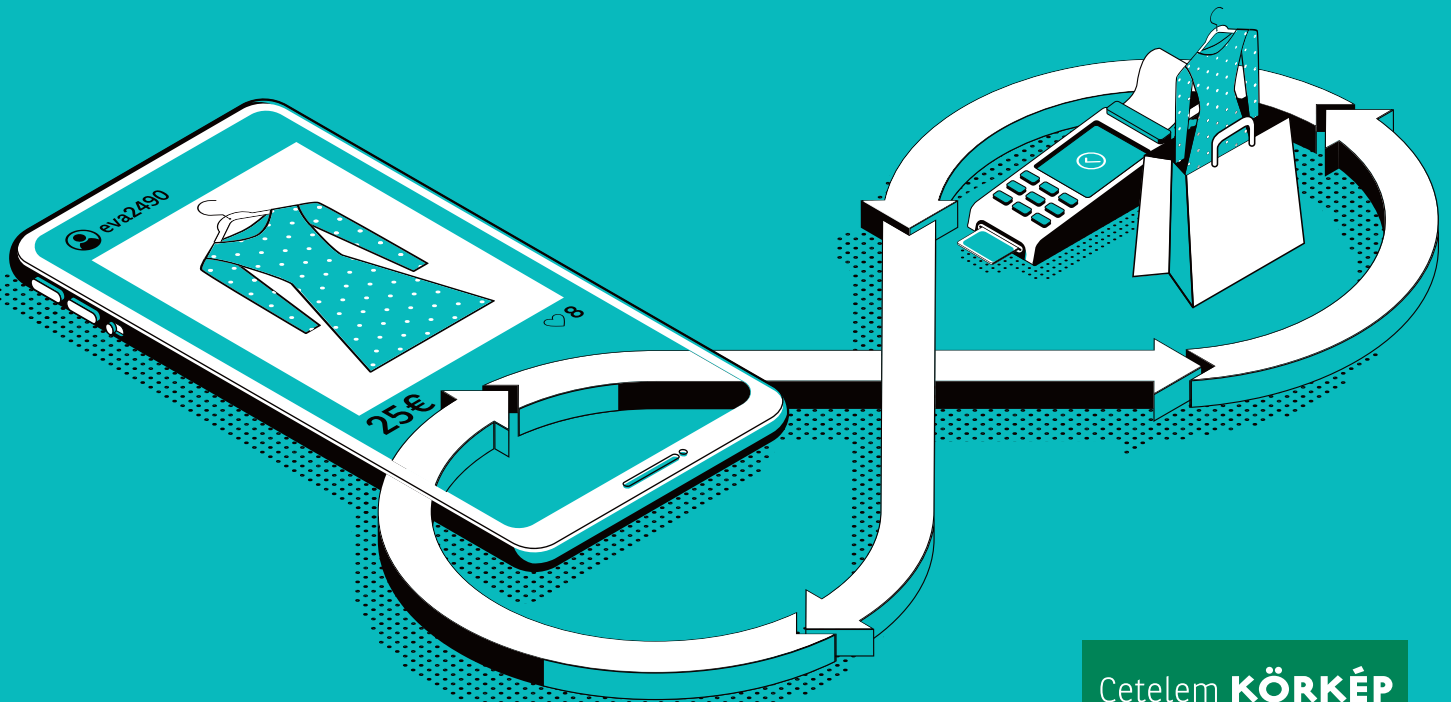


FOGYASZTÁS ²⁰²²

KÖRKÖRÖS GAZDASÁG:
A FOGYASZTÓ-VÁLLALKOZÓ MEGJELENÉSE



| 17 országban végzett európai tanulmány

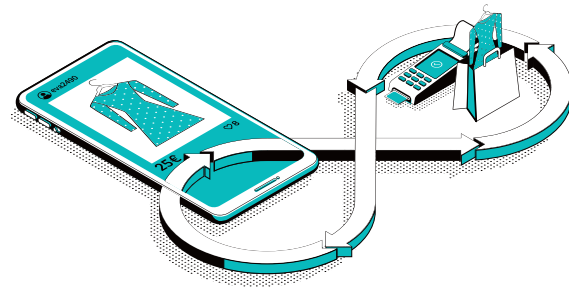
Cetelem **KÖRKÉP**

 **cetelem**
Több felelősséggel együtt
Bank Partneri Csoport

BEVEZETŐ

A körkörös gazdaság fogalmát manapság nehéz figyelmen kívül hagyni. Külön-külön nézve a két szó egyértelmű, azonban egymás mellé téve a kifejezés sokkal összetettebbé válik, az pedig nyilvánvaló, hogy a koncepció egyre nagyobb teret nyer. A magánszemélyek közötti (peer-to-peer) platformok káprázatos sikere, valamint bizonyos márkáknak a körkörös gazdaságban való, hosszútávú befektetésre vonatkozó döntése elkerülhetlenné és megkerülhetlenné teszi annak növekedését. Így aztán nem meglepő, hogy a Cetelem Körkép legújabb számát ennek a témának szenteltük. Anélkül, hogy itt túlságosan belemennénk a felmérésben található rengetegféle információ részleteibe, a kutatás különösen a fogyasztó kereskedők megjelenését és szerepét emeli ki, egyfajta vállalkozói szemléletet a fogyasztással kapcsolatban, ami kulcsfontosságú gazdasági szereplővé teszi a fogyasztó kereskedőt. Ezek a szereplők drasztikus változásokat fognak elindítani a kiskereskedelem világában, a szó legtágabb értelmében.

Mindeközben az európai attitűdöket több mint 20 éve elemző Cetelem Körkép Barométer eredményei a körkörös gazdaság növekvő jelentőségéről



tanúskodnak. Bár az általános hangulat javulást mutat, a növekvő infláció még inkább a vásárlóerőre helyezi a hangsúlyt, ami a körkörös gazdaságot kétségkívül az új fogyasztási szokások egyik fő mozgatórugójává teszi.

Vajon a körkörös gazdaságnak köszönhetően a fogyasztás körbenforgóvá válik, vagy pedig nekilendül? Ez lesz a következő évek egyik legfontosabb kérdése, amelyre még biztosan visszatérünk.

Kellemes olvasást!

Flavien Neuvy

A Cetelem Körkép vezetője

CETELEM KÖRKÉP

Az 1985-ben alapított, Flavien Neuvy által vezetett Cetelem Körkép a BNP Paribas Personal Finance gazdasági kutatási és információszerzési egysége.

Feladata a fogyasztási szokások változásainak megfigyelése, elemzése és értelmezése Franciaországban és külföldön. E céljának megvalósítása érdekében a Cetelem Körkép számos olyan eszközt alkotott meg, amelyek változatos és egymást kiegészítő tartalmakra támaszkodnak, többek között az alábbiakat:

- **A Körkép:** két tekintélyes, nemzetközi szintű éves felmérés, melyek közül az egyik egy világszinten (17 országban) végzett kutatás az autópiaconról, a másik pedig egy európai (17 országban végzett) felmérés a fogyasztói trendekről.
- **z00ms, amely az életstílussal foglalkozik,** és három szakaszban vizsgálja a főbb területek (pl.: fenntartható turizmus, távmunka, az állatok szerepe a társadalomban stb.) francia állampolgárok véleményének három hullámban történő felmérésével.
- **L'Œil, amely a kiskereskedelmi szféra új fejleményeit** vizsgálja, és méri azokat a legújabb mikrokezdemenyezéseket, melyek a közeljövő fogyasztói trendjeit meghatározó legfontosabb innovációkat és változásokat képviselik.

KAPCSOLAT

Flavien Neuvy, a Cetelem Körkép vezetője: +33 (0)6 47 59 35 54 – flavien.neuvy@bnpparibas-pf.com
Patricia Bosc, felelős szerkesztő: +33 (0)7 62 78 73 48 – patricia.bosc@bnpparibas-pf.com

TARTALOM

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

A REMÉNY ÚJRA ÉL, AZONBAN AZ INFLÁCIÓ AGGODALOMRA AD OKOT

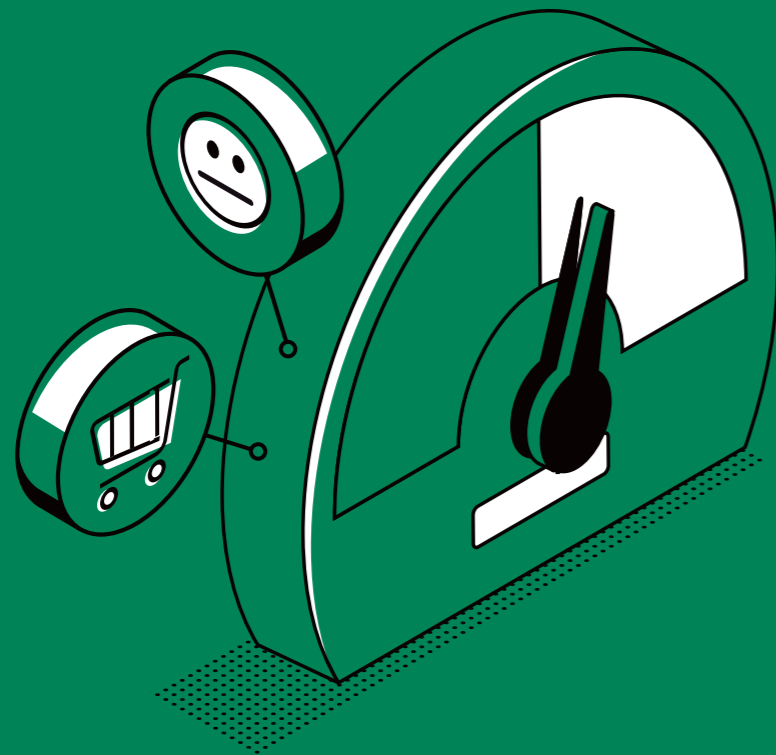
Európai közhangulat: ideje talpra állni	08
Többet költeni, de óvatosan	12
Az infláció veszélyezteti a vásárlóerőt	18

KÖRKÖRÖS GAZDASÁG: A FOGYASZTÓ-VÁLLALKOZÓ TÉRNYERÉSE

1 A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG MEGHONOSODÁSA	27	KÖRKÖRÖS GAZDASÁG A GYAKORLATBAN	56
Egy egyre elfogadottabbá váló gondolat	28	A fogyasztó-vállalkozó megjelenése	58
Bevett és egyre szélesebb körben terjedő eljárások	35	A kiskereskedelem mint a körköröség motorja	60
Növekvő jelentőség	39	3 KIK ALAKÍTJÁK A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG JÖVŐJÉT?	65
2 A FOGYASZTÓ MINT VÁLLALKOZÓ	43	BB2C és C2C (csaknem) fej fej mellett	66
A „körkörös gazdaság” fogalmának nélkülözhetetlen eleme a „gazdaság”	44	Lehetőség a márkák és kiskereskedők számára	70
A fogyasztó-eladó megjelenése	50	EPILÓGUS	80
Generációs szakadék	53	ORSZÁGOK ADATLAPJAI	81

A BAROMÉTER

Cetelem **KÖRKÉP**



A REMÉNY ÚJRA ÉL, AZONBAN AZ INFLÁCIÓ AGGODALOMRA AD OKOT

”

A Cetelem Körkép Barométer 2021. november 5. és 19. között készült, amikor a delta variáns már számottevő hatással bírt, az omikron viszont még gyerekcipőben járt, a felmérés pedig az európai emberek feléledő optimizmusára világít rá. Akár az országuk általános helyzetére, akár a személyes körülményekre vonatkoztak a kérdések, a fogyasztók hangulata jobb volt, mint hosszú évek óta bármikor. A Covid-19 járvány gazdaságra gyakorolt pusztító hatásának enyhítésére hozott számos kormányzati intézkedés, a több milliárd eurós támogatás következtében az európai emberek anyagi helyzete visszatért a rendes kerékvágásba. A fogyasztás továbbra is ésszerű szinten van, és komoly megtakarítási hajlandósággal párosul. Azonban miközben az égbolt derülni látszik, új viharfelhők gyülekeznek: a magas infláció visszatérésének és az omikron-hullám erejének köszönhetően a következő néhány hónapot továbbra is a bizonytalanság jellemzi. A Barométer jó híreiből bátorságot meríthetünk, azonban közben ne kicsinyeljük le az általa felvetett aggodalmakat.

EURÓPAI KÖZHANGULAT: IDEJE TALPRA ÁLLNI

A Cetelem Körkép 2021-es Barométere nem hagyott kétséget afelől, hogy az európaiak borúlátóak. A koronavírus-járvány egymást követő hullámai elmosták az előző évben tapasztalt eufóriát.

MAGAS PONTSZÁM AZ ORSZÁGOS HELYZETRE

A mostani, legújabb felmérés tanúsága szerint az emberek arcára ismét kiül a mosoly. A válaszolók átlagosan 5,4 pontot adtak a saját országuk általános állapotára, ami pontosan megegyezik a válság előtti értékkel, és az elmúlt 15 év legmagasabb pontszámával.

Az átlagos pontszám azonban eltakarja az országok közötti különbségeket. A „boldog” északi országok különösen magas pontszámot értek el, közülük is legmagasabb pontszámot Dánia – a *hygge*, azaz a boldogság művészetének szülőhazája – és Norvégia: 10-ből 7,1 pontot. Ezzel szemben „szorongósabb” országok inkább Kelet-Európában koncentrálódnak, különösen Bulgária és Szlovákia kapott gyenge, 3,8-as értéket. Szlovákia és a Cseh Köztársaság pedig alacsonyabb pontszámot ért el, mint az előző felmérésben.

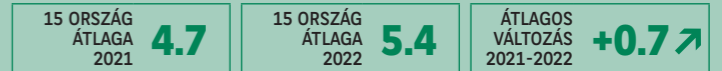
A legjelentősebb javulást Franciaország, Spanyolország és az Egyesült Királyság mutatja +1,1 ponttal. Érdekes megjegyezni azonban, hogy

a fellendülés ellenére több ország még messze van attól, hogy elérje a 2020-as felmérés magas pontszámait. Ez különösen igaz Ausztriára és Németországra (-1,1, illetve -0,7 százalékpont 2020 és 2022 között) (Barométer 1. ábra).



Barométer 1. ábra

Hogyan jellemezné országa jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán?

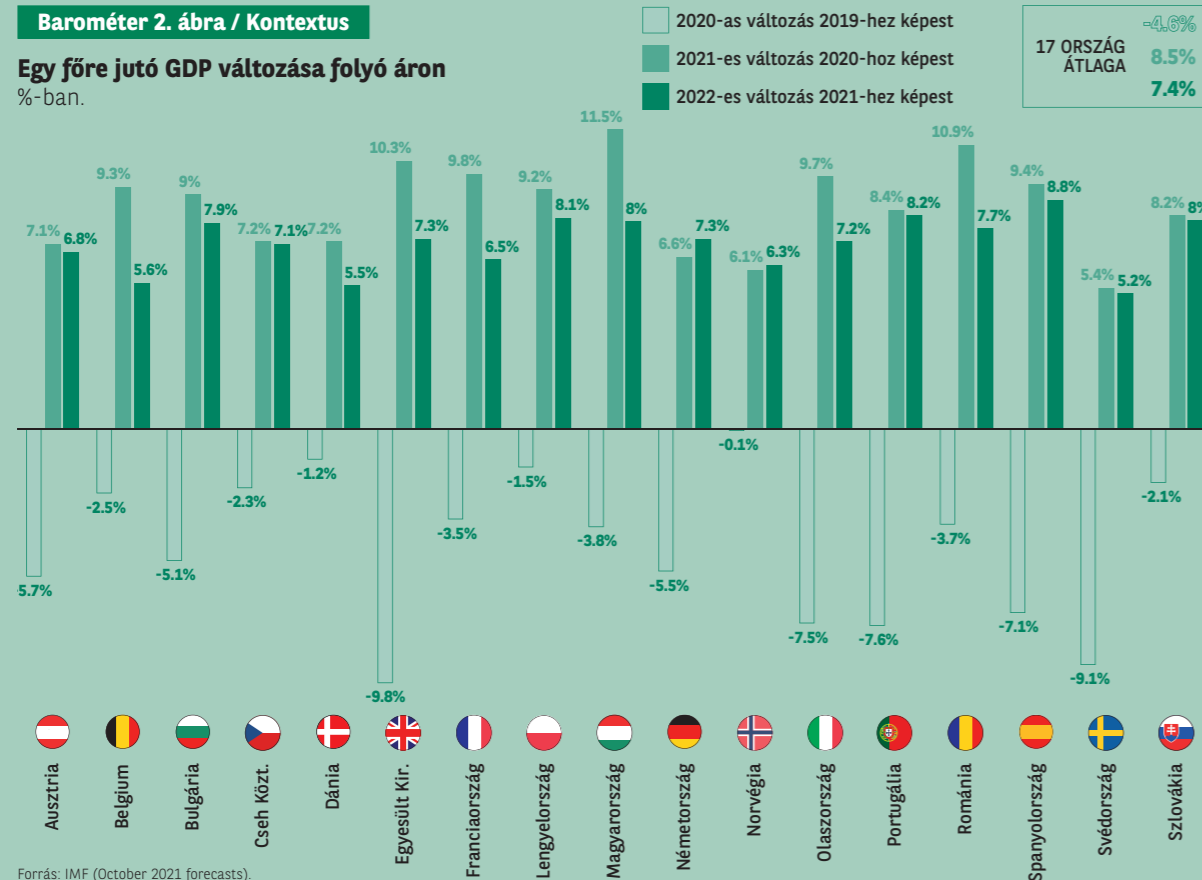


	Körkép 2019	Körkép 2020	2020 szept. (időközi adat)	Körkép 2021	Körkép 2022	Körkép 2021 és Körkép 2022 közötti változás
Ausztria	6.7	6.8	-	5.7	5.7	0 =
Belgium	5.7	6.0	5.3	5.4	5.9	+0.5 ↗
Bulgária	3.7	4.1	-	3.6	3.8	+0.2 ↗
Cseh Köztársaság	5.4	5.6	5.6	4.9	4.6	-0.3 ↘
Dánia	7.2	-	-	-	7.1	-
Egyesült Királyság	5.9	5.2	4.7	4.8	5.9	+1.1 ↗
Franciaország	4.6	5.3	4.7	4.4	5.5	+1.1 ↗
Lengyelország	5.3	5.3	-	4.3	4.5	+0.2 ↗
Magyarország	4.3	4.9	-	4.4	4.6	+0.2 ↗
Németország	6.6	6.5	5.8	5.7	5.8	+0.1 ↗
Norvégia	7.4	-	-	-	7.1	-
Olaszország	4.9	5.0	4.9	4.6	5.5	+0.9 ↗
Portugália	5.5	5.5	5.2	4.8	5.4	+0.6 ↗
Románia	4.4	4.3	-	4.2	4.5	+0.3 ↗
Spanyolország	4.8	4.5	3.9	3.9	5.0	+1.1 ↗
Svédország	6.1	6.1	5.9	5.5	6.2	+0.7 ↗
Szlovákia	4.6	4.7	-	4.2	3.8	-0.4 ↘

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 2. ábra / Kontextus

Egy főre jutó GDP változása folyó áron %-ban.



Forrás: IMF (October 2021 forecasts).

SZEMÉLYES SZEMPONTBÓL A DOLGOK JÓL MENNEK, ÉS EGYRE JOBBAK

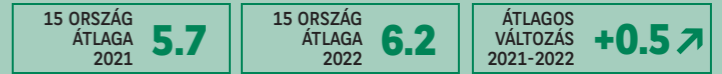
Ahogy az általában lenni szokott, az emberek pozitívabban ítélik meg személyes körülményeiket, mint az általános helyzetet. De még így is óriási volt a visszaugrás. A 6,2-es átlag azt jelenti, hogy az európaiak még soha nem voltak ennyire optimisták. Említésre méltó az is, hogy 5-ösnél rosszabb értékelést egyetlen ország sem kapott (a 10-ből), és csupán a Cseh Köztársaságban csökkent az érték a korábbihoz képest (mindössze 0,1 ponttal).

Az emelkedés nem éri el az országos állapotra vonatkozó átlagos növekedést, és a legjelentősebb növekedést itt is az Egyesült Királyságban regisztráltuk (+0,9 százalékpont), amely Olaszországgal és Spanyolországgal együtt azon három európai nemzet közé tartozik, ahol az emberek jobbnak ítélik meg körülményeiket, mint a válság előtt.

Az egyik furcsaság az adatokban, hogy a dánok és a norvégok a személyes körülményeiket rosszabbra értékelik, mint az országukban uralkodó általános helyzetet (Barométer 3. ábra).

Barométer 3. ábra

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán?



Ország	Körkép 2019	Körkép 2020	2020 szept. (időközi adat)	Körkép 2021	Körkép 2022	Körkép 2021 és Körkép 2022 közötti változás
Ausztria	6.5	6.5	-	6.2	6.3	+0.1
Belgium	6.3	6.4	6.4	6.3	6.5	+0.2
Bulgária	4.8	4.9	-	4.7	5.1	+0.4
Cseh Köztársaság	5.6	5.6	5.8	5.6	5.5	-0.1
Dánia	7.1	-	-	-	6.8	-
Egyesült Királyság	6.6	6.1	5.9	5.8	6.7	+0.9
Franciaország	5.7	6.1	6.0	5.9	6.3	+0.4
Lengyelország	5.8	5.7	-	5.4	5.7	+0.3
Magyarország	4.7	5.1	-	4.7	5.1	+0.4
Németország	6.5	6.3	6.2	6.1	6.3	+0.2
Norvégia	6.8	-	-	-	6.6	-
Olaszország	5.9	5.9	5.8	5.8	6.2	+0.4
Portugália	5.8	5.8	5.7	5.7	6.0	+0.3
Románia	6.0	5.7	-	5.5	5.8	+0.3
Spanyolország	5.9	5.6	5.4	5.3	6.0	+0.7
Svédország	6.6	6.5	6.3	6.0	6.7	+0.7
Szlovákia	5.4	5.2	-	5.1	5.4	+0.3

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

TÖBBET KÖLTENI, DE ÓVATOSAN

A járványhelyzet hatására az emberek költekezési kedve jelentősen csökkent, a megtakarítási hajlandóság pedig nőtt, és az elővigyázatos megtakarítás fogalma minden korábbinál fontosabbá vált. A 2022-es Cetelem Körkép Barométer szerint ez a tendencia némileg megfordult. A fordulat azonban nem teljes, mert míg a költekezési kedv 7 ponttal nőtt (**Barométer 4. ábra**), a megtakarítási kedv ugyanolyan erős, mint az előző felmérés során (**Barométer 6. ábra**).

NÖVEKVŐ KÖLTEKEZÉSI KEDV

A költekezési kedv tehát ismét a járvány előtti szintre emelkedett, a felmérésben résztvevő országokban átlagosan 41%-os. A költekezési kedv egyik országban sem hagyott alább, több országban viszont nőtt. Néhány országban a növekedés különösen jelentős volt, nem utolsósorban Kelet-Európában, ahol Románia a legszembetűnőbb példa (+17 százalékpont). Szlovákia is kiemelkedik a többi ország közül, itt a válaszadók 83%-a mondta azt, hogy növelni kívánja a kiadásait.

A nyugati országok valamivel kevésbé lelkesek e tekintetben, bár a belgák is hajlanak arra, hogy növeljék a fogyasztást (+10 pont). Mindazonáltal a legtöbb eredmény alacsonyabb, mint a 2019-es Barométerben mért adatok, ami annak a jele, hogy a fogyasztók még nem felejtkeztek meg a válságról.

Csak Belgium és Egyesült Királyság könyvelhet el kifejezett növekedést a 2019-es felmérés óta (+6 és +9 pont).



Barométer 4. ábra

A következő 12 hónap során tervez-e többet költeni?

Az „Igen” választ adók százalékos aránya.

15 ORSZÁG ÁTLAGA 2021	34	15 ORSZÁG ÁTLAGA 2022	41	ÁTLAGOS VÁLTOZÁS 2021-2022	+7 ↗
-----------------------------	-----------	-----------------------------	-----------	----------------------------------	-------------

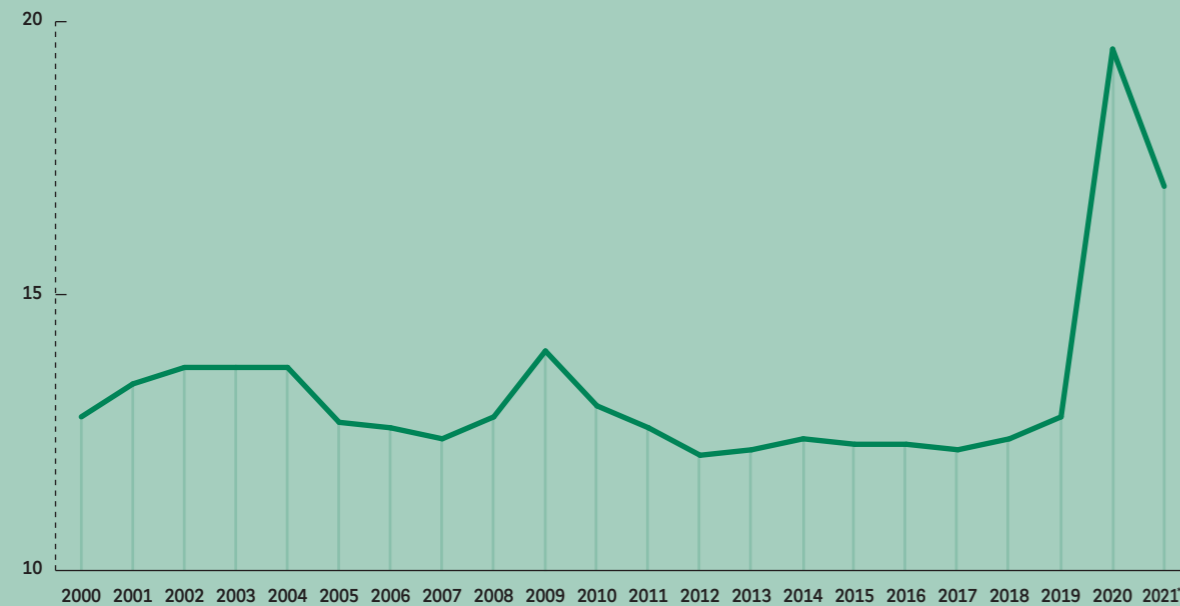
	Körkép 2019	Körkép 2020	2020 szept. (időközi adat)	Körkép 2021	Körkép 2022	Körkép 2021 és Körkép 2022 közötti változás
Ausztria	33	25	-	21	29	+8 ↗
Belgium	42	40	39	38	48	+10 ↗
Bulgária	62	51	-	42	52	+10 ↗
Cseh Köztársaság	60	49	39	40	50	+10 ↗
Dánia	26	-	-	-	29	-
Egyesült Királyság	32	34	27	35	41	+6 ↗
Franciaország	35	35	31	29	37	+8 ↗
Lengyelország	55	44	-	38	48	+10 ↗
Magyarország	21	23	-	22	24	+2 ↗
Németország	32	28	23	30	32	+2 ↗
Norvégia	37	-	-	-	30	-
Olaszország	49	64	46	38	46	+8 ↗
Portugália	33	31	33	34	36	+2 ↗
Románia	63	50	-	42	59	+17 ↗
Spanyolország	45	36	35	36	42	+6 ↗
Svédország	42	27	23	26	32	+6 ↗
Szlovákia	73	76	-	72	83	+11 ↗

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 5. ábra / Kontextus

Háztartások megtakarítási rátájának változása az euróövezetben

%-ban.



* C-Ways előrejelzés.
Forrás: Eurostat.

A MEGTAKARÍTÁSI KEDV TOVÁBBRA IS ERŐS

Fentiek mellett a megtakarítási szándék az elmúlt évben is stabil maradt, és sok esetben most jelentősen nagyobb, mint a járványhelyzet előtt (Franciaországban +15 százalékpont különbség a 2019-es és a 2022-es Barométer felmérések között) (Barométer 6. ábra).

Az európaiak 54%-a tervez több pénzt félrerakni, azaz folyamatosan jelen van valamiféle aggodalom és annak a tudata, hogy fel kell készülni az

esetleges váratlan problémákra, különösen egy olyan időszakban, amikor váltakozva követik egymást a jó és a rossz hírek, és nincs rá garancia, hogy a jó események fognak felülkerekedni.

Ez a látszólagos stabilitás országonként igen eltérő szándékokat takar. Négy országban – Franciaországban, Svédországban, Spanyolországban és Bulgáriában – a válaszadók többet szándékoznak megtakarítani (+4, +3, +2, illetve +1 pont). Ugyanakkor nagyobb arányban vannak azok

Barométer 6. ábra

A következő 12 hónap során tervez-e több pénzt félrerakni?

Az „Igen” választ adók százalékos aránya

15 ORSZÁG ÁTLAGA 2021	54	15 ORSZÁG ÁTLAGA 2022	54	ÁTLAGOS VÁLTOZÁS 2021-2022	0 =
-----------------------	----	-----------------------	----	----------------------------	-----

	Körkép 2019	Körkép 2020	2020 szept. (időközi adat)	Körkép 2021	Körkép 2022	Körkép 2021 és Körkép 2022 közötti változás
Ausztria	52	57	-	60	59	-1 ↓
Belgium	36	39	43	42	41	-1 ↓
Bulgária	53	56	-	49	50	+1 ↑
Cseh Köztársaság	48	53	56	51	49	-2 ↓
Dánia	63	-	-	-	67	-
Egyesült Királyság	59	57	61	63	63	0 =
Franciaország	29	35	43	40	44	+4 ↑
Lengyelország	48	60	-	57	56	-1 ↓
Magyarország	55	60	-	57	56	-1 ↓
Németország	44	51	53	54	52	-2 ↓
Norvégia	71	-	-	-	63	-
Olaszország	50	40	45	51	51	0 =
Portugália	64	60	62	59	59	0 =
Románia	58	69	-	69	63	-6 ↓
Spanyolország	56	57	56	56	58	+2 ↑
Svédország	63	66	62	66	69	+3 ↑
Szlovákia	38	34	-	30	26	-4 ↓

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

az országok, ahol az emberek kevesebbet szándékoznak félrerakni, bár a csökkenés mérsékelt (a legnagyobb csökkenés -6 pont Romániában).

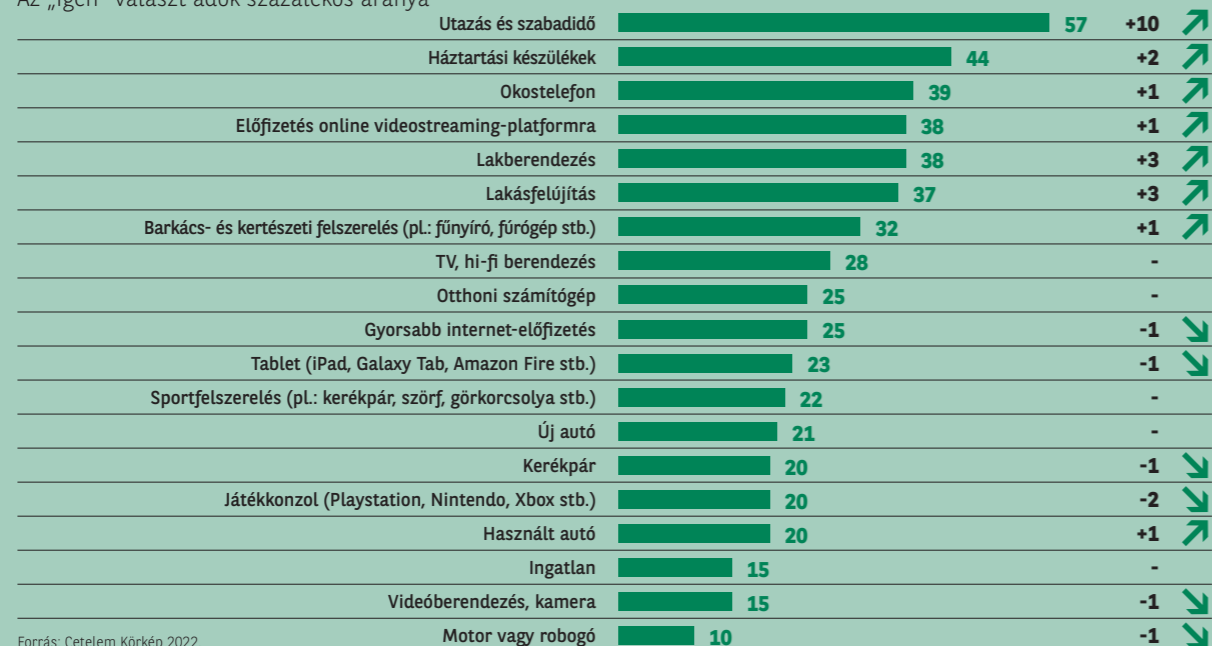
AZ OTTHONRA ÉS AZON TÚLRA ÖSSZPONTOSÍTÓ KIADÁSOK

Mit árulnak el a költekezésre vonatkozó fenti szándékok? Mindenekelőtt azt, hogy a legjobb esetben is a határaikon belül, rosszabb esetben pedig az otthonukban rekedt, frusztrált európaiak végre szeretnének kimozdulni. Az utazási és szabadidős célú vásárlási szándék növekedett a legerősebben (+10 pont), ami így

Barométer 7. ábra

Tervezi-e, hogy a következő 12 hónap során az alábbi termékek és szolgáltatások bármelyikét megvásárolja?

Az „Igen” választ adók százalékos aránya



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

ismét megerősítette a lista élén elfoglalt, tavaly még ingadozó helyét. Több más kategóriában tapasztalható jelentős növekedés mutatja az európaiak tavaly kifejezett szándékát, hogy az otthon, a kényelmet és a lakótér rendezését helyezik előtérbe, ami rávilágít arra, hogy a világvárvány hatására az emberek újra önmagukra és családjukra összpontosítanak. A lakás- és egyéb felújítások, a bútorgyártás, valamint a háztartási gépek vásárlása sorrendben +3, +3 és +2 ponttal nőtt. Ugyanakkor úgy tűnik, hogy az európai fogyasztók minden olyan elektronikai és szabadidős eszközt beszereztek, amire a sorozatos lezárások során szükségük lehetett. A gyorsabb szélessávú

internet, a táblagépek és a játékkonzolok beszerzése kissé csökkent, az okostelefonok és a streaming-előfizetések viszont valamivel nőttek (**Barométer 7. ábra**).

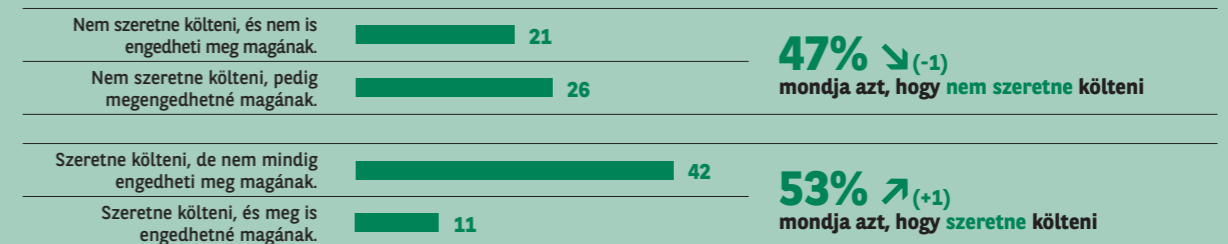
A KÖLTEKEZÉSI KEDV KORLÁTOK KÖZÖTT TARTÁSA

A vásárlási szándék tehát némileg nőtt, de a költekezési kedv messze elmarad, ami arra utal, hogy még nincs itt az ideje az ünneplésnek és az óvatosság sutba dobásának. Az előző Cetelem Körkép Barométerhez

Barométer 8. ábra

A kiadásait illetően mi jellemzi Önt leginkább...?

Százalékos arány

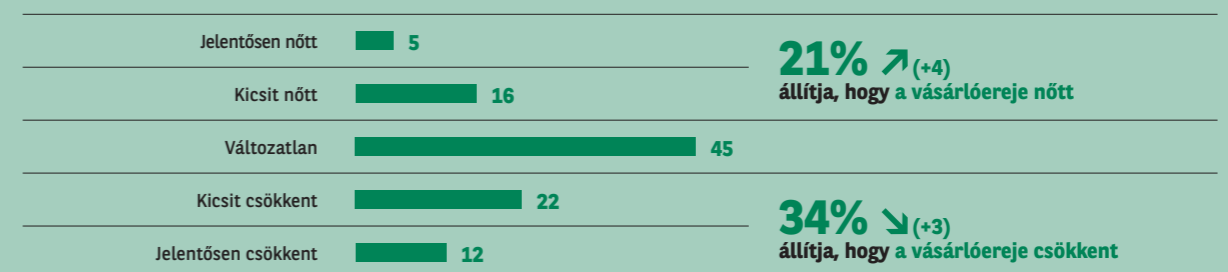


Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 9. ábra

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét...?

Százalékos arány



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

képezt a költekezési kedv valamennyire stabilizálódott (+1 pont), de még mindig nem éri el a járványhelyzet előtt mért szintet (**Barométer 8. és 9. ábra**).

Eközben a korábbi földrajzi tendencia megfordult: a kelet-európai országokban csökkent, míg nyugaton nőtt a költekezési kedv. A legnagyobb csökkenést a lengyelek könyvelhették el (-7 pont), míg a legnagyobb emelkedést Ausztriában, Franciaországban és az Egyesült Királyságban tapasztaltuk (+6, +5, illetve +5 pont). És bár az olaszok pontszáma jelentősen csökkent (-5 pont), a költekezés kedv továbbra is náluk a második legerősebb a felmérésben, közvetlenül a bolgárok mögött.

AZ INFLÁCIÓ VESZÉLYEZTETI A VÁSÁRLÓERŐT

VÁSÁRLÓERŐ SZEMPONTJÁBÓL A HELYZET ÖSSZESEGÉBEN JOBB

A 2022-es Cetelem Körkép Barométer még jelentősebb változást mutat az európaiak vásárlóerőről alkotott véleményét illetően, mivel korábban az európaiak úgy élték meg, hogy vásárlóerejük minden egyes soron következő felmérés idején csökkent (**Barométer 10. ábra / Kontextus**). 4 ponttal magasabb az a meggyőződés, hogy nőtt a vásárlóerejük, míg 3 ponttal esett az a vélekedés, hogy a vásárlóerő csökkent. Azon

európaiak aránya, akik úgy érzik, hogy nincs változás, nagyjából stabil maradt (-1 pont).

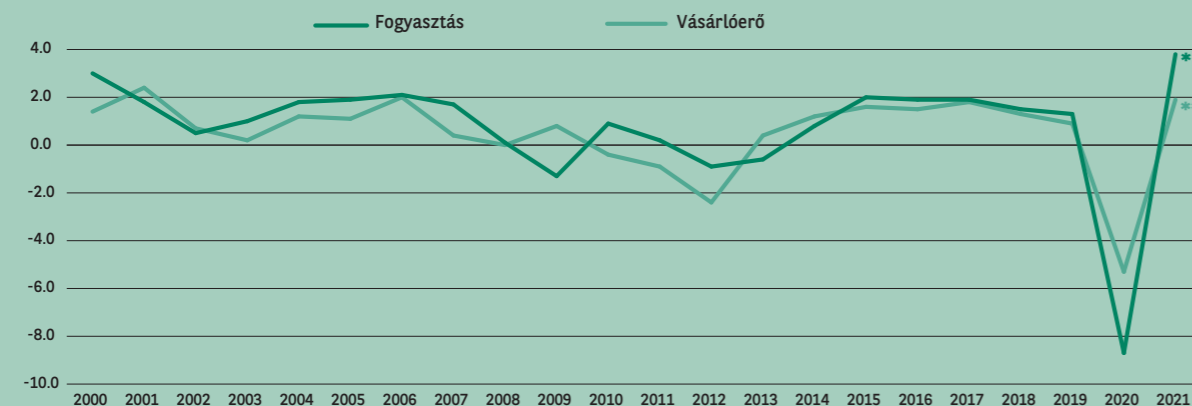
Valamennyi országban érezhető az a vélekedés, hogy a vásárlóerő növekedett, de a spanyolok és a svédek vannak leginkább ezen a véleményen. Egyedül Ausztriában nem tapasztalható nagy változás. Az önismétlés kockázatát vállalva le kell szögeznünk, hogy ezek a számok összességében alacsonyabbak, mint a 2019-es felmérésben, a Covid-járvány előtt közölt adatok.

A nemzetek közötti különbségek sokkal markánsabbak a vásárlóerő csökkenését illetően, és itt is egyértelmű a földrajzi szakadék. Míg a románok és a magyarok 46%-a számol be a vásárlóerő csökkenéséről, addig a svédek (22%) és a dánok (25%) sokkal kevésbé hangsúlyozzák ezt. Ami a franciákat illeti, a vélekedés továbbra is negatív, az arány 40%.

Barométer 10. ábra / Kontextus

A fogyasztás és a vásárlóerő összehasonlító változásai az euróövezetben

Százalékos arány

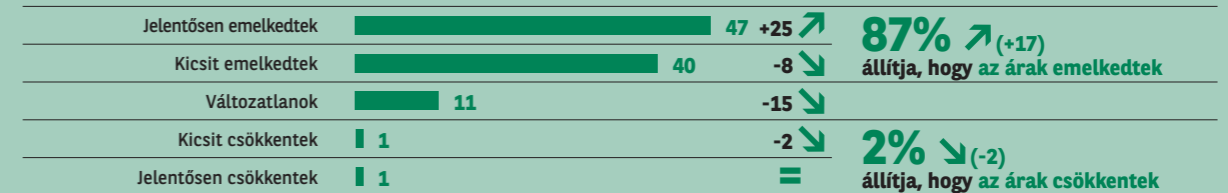


*C-Ways előjelzés. ** GfK
Forrás: Eurostat.

Barométer 11 ábra

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban...?

Százalékos arány



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 12. ábra

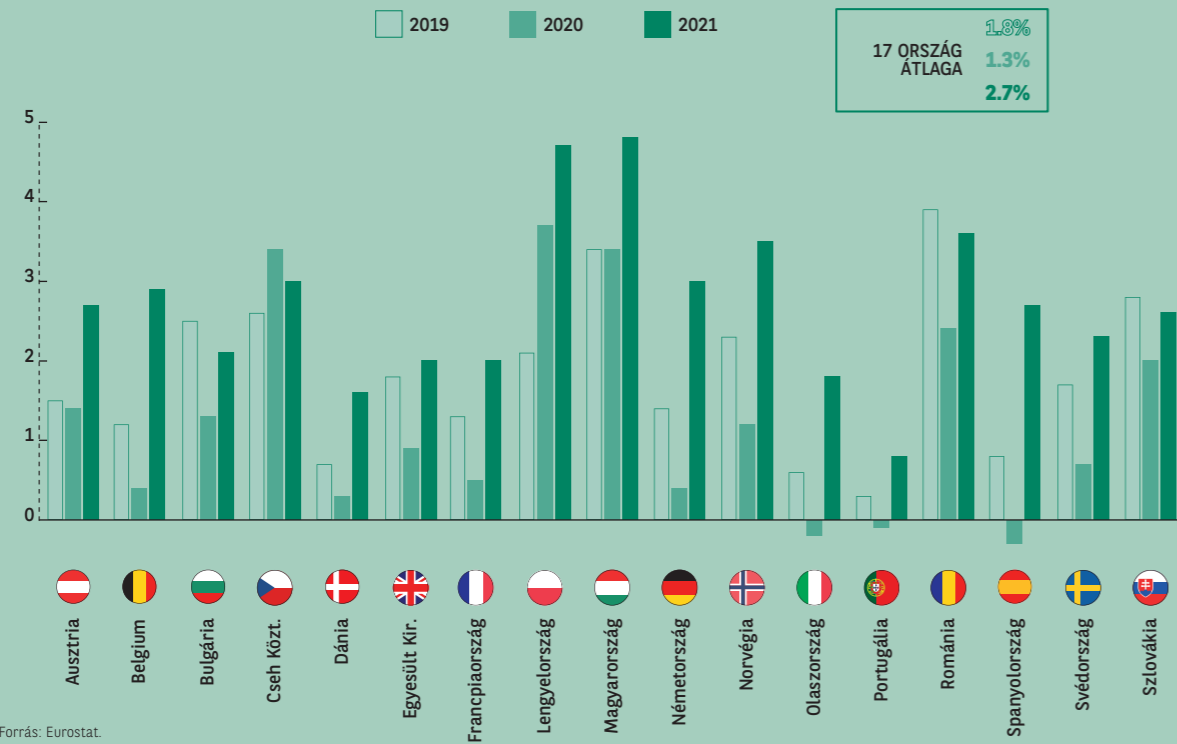
Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban...? Az „Igen” választ adók százalékos aránya

Ország	„Emelkedtek” részeredménye	Jelentősen emelkedtek	Kicsit emelkedtek	Változatlanok	Csökkentek
Ausztria	91	53	38	9	0
Belgium	88	46	42	10	2
Bulgária	96	80	16	3	1
Cseh Köztársaság	95	62	33	4	1
Dánia	79	29	50	20	1
Egyesült Királyság	86	32	54	14	0
Franciaország	87	34	53	12	1
Lengyelország	88	71	17	10	2
Magyarország	95	73	22	4	1
Németország	87	53	34	11	2
Norvégia	85	34	51	14	1
Olaszország	86	40	46	13	1
Portugália	95	51	44	5	0
Románia	95	69	26	4	1
Spanyolország	86	48	38	12	2
Svédország	80	24	56	19	1
Szlovákia	93	67	26	5	2

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 13. ábra / Kontextus

Átlagos éves inflációs ráta



Forrás: Eurostat.

AZ INFLÁCIÓ KÍSÉRTETE ISMÉT BEJÁRJA EURÓPÁT

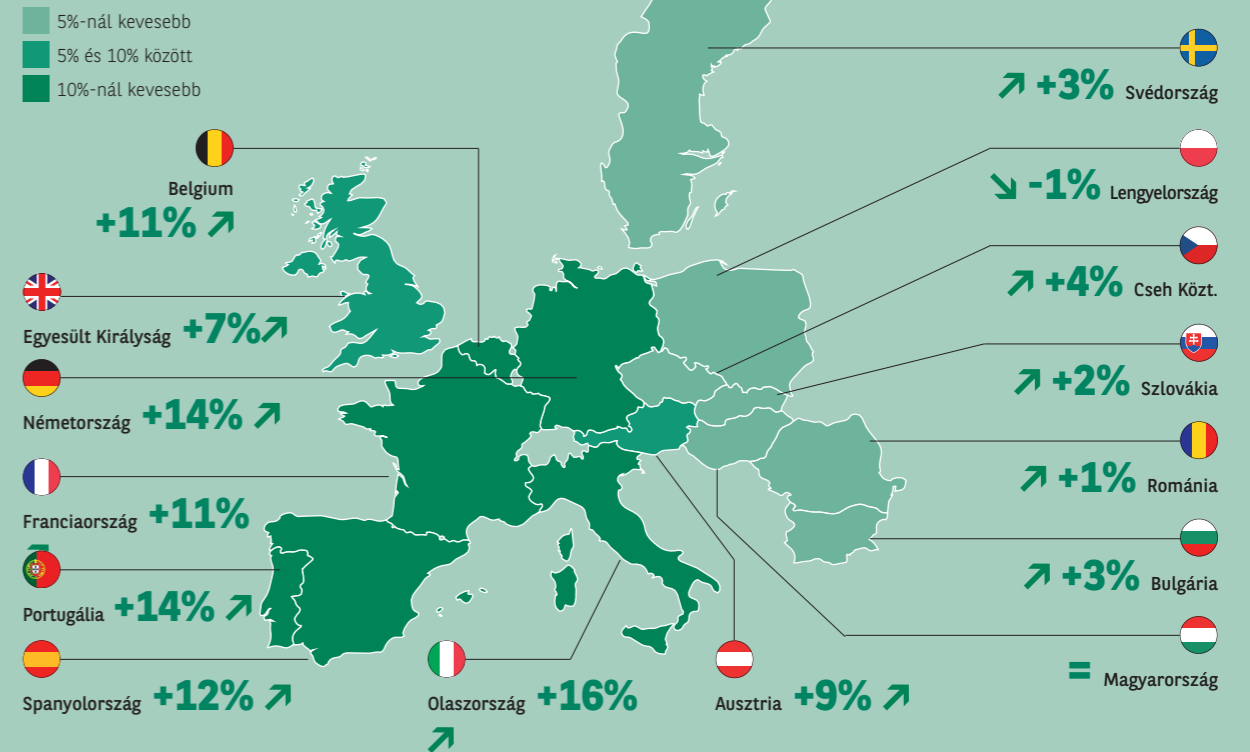
A vásárlóerővel szorosan összefüggő fejlemény – amely a 2022-es Barométernek is a központi eleme –, hogy jelentősen emelkedett azok aránya, akik úgy érzik, hogy az árak emelkednek. Jelenleg minden második európai véli úgy, hogy az árak jelentősen emelkedtek (+25 százalékpont) (Barométer 11. ábra). Ugyanakkor alig több mint 10-ből 1 ember vélekedik úgy, hogy az árak változatlanok, vagy csökkentek.

Érdeemes megjegyezni, hogy a válaszadókat 2021. november 5. és 19. között kerestük meg. A nyár folyamán, illetve amikor szeptemberben újrakezdődött a tanítás, a hírekben gyakran megjelent az áremelkedés témája, különösen a nyersanyagárak kapcsán, amelyek hatással vannak az üzemanyag és fűtési költségekre. A statisztikai adatok pedig az általános inflációt tekintve tükröztek figyelemre méltó emelkedést. A téma jelentősége elkerülhetetlenül tovább nőtt, ahogy beléptünk a téli hónapokba, és a járványhelyzet ismét komoly aggodalomra adott okot.

Fig. 14 Barometer

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban...?

Az „Emelkedtek” választ adók százalékos aránya.



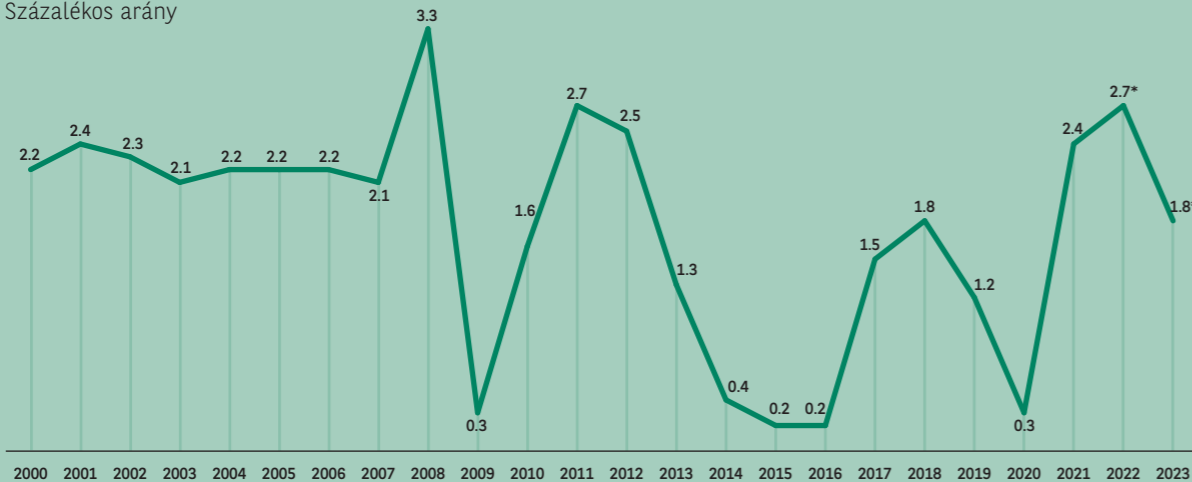
Ország	Körkép 2020-2021	Körkép 2021-2022	Ország	Körkép 2020-2021	Körkép 2021-2022	Ország	Körkép 2020-2021	Körkép 2021-2022
Ausztria	-10	+19	Franciaország	-7	+18	Portugália	-6	+20
Belgium	+4	+7	Lengyelország	-2	+1	Románia	-4	+5
Bulgária	-3	+6	Magyarország	-2	+2	Spanyolország	-4	+16
Cseh Köztársaság	-5	+9	Németország	-13	+27	Svédország	-20	+23
Egyesült Királyság	-14	+21	Olaszország	-5	+21	Szlovákia	-9	+11

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

Barométer 15. ábra / Kontextus

Inflációs ráta változása az euróövezetben

Százalékos arány



* C-Ways előrejelzés.
Forrás: OECD.

Az átlagos pontszámokat tekintve nyilvánvaló, hogy sok országban osztják az emberek azt a meggyőződést, hogy áremelkedés zajlik, a kelet-európai országok pedig ismét csak együtt mozognak abban, hogy jelentős pesszimizmust mutatnak **(Barométer 12. ábra)**. Például 10-ből 8 bolgár számol be jelentős áremelkedésről (a régió más országaiban az átlagos érték 10-ből 7), ezzel szemben 10-ből kevesebb mint 3 svéd és dán van ezen a véleményen. Érdekes módon a franciák nem tartoznak a legpesszimistábbak közé, mivel a fogyasztók „mindössze” 34%-a érez jelentős áremelkedést. Érdemes azonban kiemelni, hogy a novemberi felmérés idején Franciaországban az infláció alacsonyabb volt, mint sok más európai országban **(Barométer 13. ábra / Kontextus)**.

Ez némiképp magyarázza az elégedettség szokatlan mértékét. A Barométer legutóbbi, 2019-es, válság előtti felmérése óta azonban a földrajzi alapú megítélés a feje tetejére állt **(Barométer 14. ábra)**. Az áremelkedés érzékelése Nyugat-Európában jobban nőtt, bár jelentős különbségek figyelhetők meg (+16 pont Olaszországban, +14 pont Németországban és Portugáliában). Az a tény, hogy a fenti eredmények mellett az európaiak szerint a vásárlóerejük nem változott, jelzi, hogy a múltban történtek és a jövőben várható események mérlegelése során a fogyasztók gazdasági megérzései és racionalitása gyakran kifinomultabb, mint gondolnánk. Kijelenthetjük, hogy hacsak jövőre nem fordul meg hirtelen az árak alakulása – ami nem tűnik valószínűnek –, akkor még több európai fogja úgy érezni, hogy vásárlóereje romlott.

FŐBB ADATOK

5.4/10

az egyes országok helyzetére vonatkozó átlagos pontszám (+0.7 pont).

6.2/10

személyes körülményekre vonatkozó átlagos pontszám (+0.5 pont).

2-ből 1 európai

véli úgy, hogy az árak jelentősen emelkedtek (+25 pont).

+7 pont

költekezési vágy.

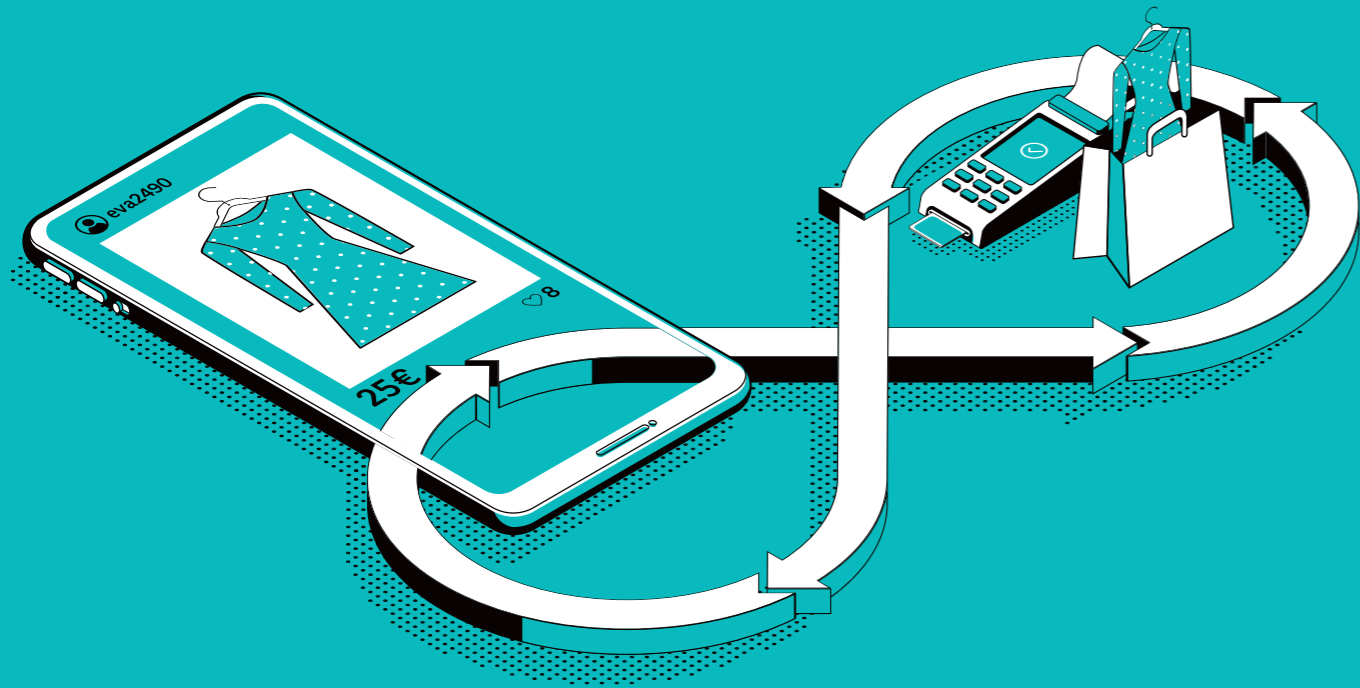
+10 pont

utazás és szabadidős kiadásokra.

+4 pont

az a meggyőződés, hogy a vásárlóerő növekedett.





KÖRKÖRÖS GAZDASÁG: A FOGYASZTÓ-VÁLLALKOZÓ TÉRNYERÉSE



1

A KÖRKÖRŐS GAZDASÁG MEGHONOSODÁSA

1990-es megjelenése óta a körkörös gazdaság ötlete hosszú utat járt be. Ez a két egyszerű szóból álló kifejezés egyfajta titokzatosságot sugall az európaiak számára. Ezzel együtt a körkörös gazdaságot általában pozitívan ítélik meg, és nem tekintik múltó hóbortnak. Sőt, nagyon is szívesen, kitartóan és egyre következetesebben vesznek részt az ehhez kapcsolódó gyakorlatokban.

EGY EGYRE ELFOGADOTTABBÁ VÁLÓ GONDOLAT

KÉT SZÓ, AMELY EGYRE ISMERTEBB AZ EURÓPAI EMBEREK SZÁMÁRA

Körkörös gazdaság. Két egyszerű szó, amelyek együtt mégis valami titokzatosságot, sőt az ismeretlenség érzetét keltik. Nem meglepő, hogy az így leírt fogalom számos meghatározást kapott. Azonban a politikusoktól kezdve a médián keresztül a civil szervezetekig az érdekeltek hosszú sora fordított kiemelt figyelmet a témára az elmúlt néhány évben, amely mostanra a középpontba került.

Jelent-e a körkörös gazdaság fogalma bármit is az európaiak számára? Tízből csaknem hét ember szerint igen. Az is biztató, hogy több mint egyharmaduk pontosan tudja, hogy mit jelent **(1. ábra)**. Ez a tudás azonban nem mindenhol van meg ugyanúgy, különösen az egyes országok alapján van eltérés.



A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG EREDETE

A világot megrázó, kulcsfontosságú társadalmi mozgások nyomán az 1970-es években számos értelmiségi kezdte megkérdőjelezni életmódunkat és annak a bolygó jövőjére gyakorolt hatását. Megszületett a politikai környezetvédelem, és friss, új koncepciók láttak napvilágot. Egy német vegyész, Michael Braungart, valamint William McDonough kidolgozta a „bölcstől a bölcsőig” elvet, mely alapján az egyes termékeket életciklusuk végén – szennyező eljárások nélkül – 100%-ban fel kell használni egy azzal azonos új termék előállításához. A körkörös gazdaság kifejezést 1990-ben David W. Pearce és R. Kerry Turner brit közgazdászok alkották meg közösen írt könyvükben (Economics of Natural Resources and the Environment – A természeti erőforrások és a környezet közgazdaságtana). Az ezt követő évtizedek során a lineáris gazdaságról való

átállást fémjelző koncepció fokozatosan új paradigmaként honosodott meg, olyannyira, hogy ma már a kormányzati politikát is befolyásolja. Bár többféleképpen is meghatározható, angolul gyakran a „3R” jelöléssel foglalják össze: újrahasznosítás (recycle), csökkentés (reduce), újrafelhasználás (reuse). E felmérésben a következő meghatározást* használjuk: „A körkörös gazdaság olyan gazdasági rendszer, amelyben a termékek (árúk és szolgáltatások) úgy készülnek és úgy kerülnek forgalomba, hogy életciklusuk minden szakaszában növeljék az erőforrások felhasználásának hatékonyságát és csökkentsék a környezetre gyakorolt hatást, miközben előmozdítják az egyének jólétét.”

* Francia Környezetvédelmi és Energiagazdálkodási Ügynökség (ADEME, Franciaország).

E tekintetben a legtudatosabb fogyasztók Dél- és Nyugat-Európában élnek. Az olaszok 36%-a például pontosan meg tudja határozni e két szóból álló kifejezés jelentését. Ez nem különösebben meglepő egy olyan országban, ahol a lokalitás és általában a környezetbarát eljárások viszonylag széles körben elterjedtek, amint arra a Cetelem Körkép korábbi felmérései gyakran rámutattak. Keleten az elképzelés fogadtatása nem ennyire tudatos, és

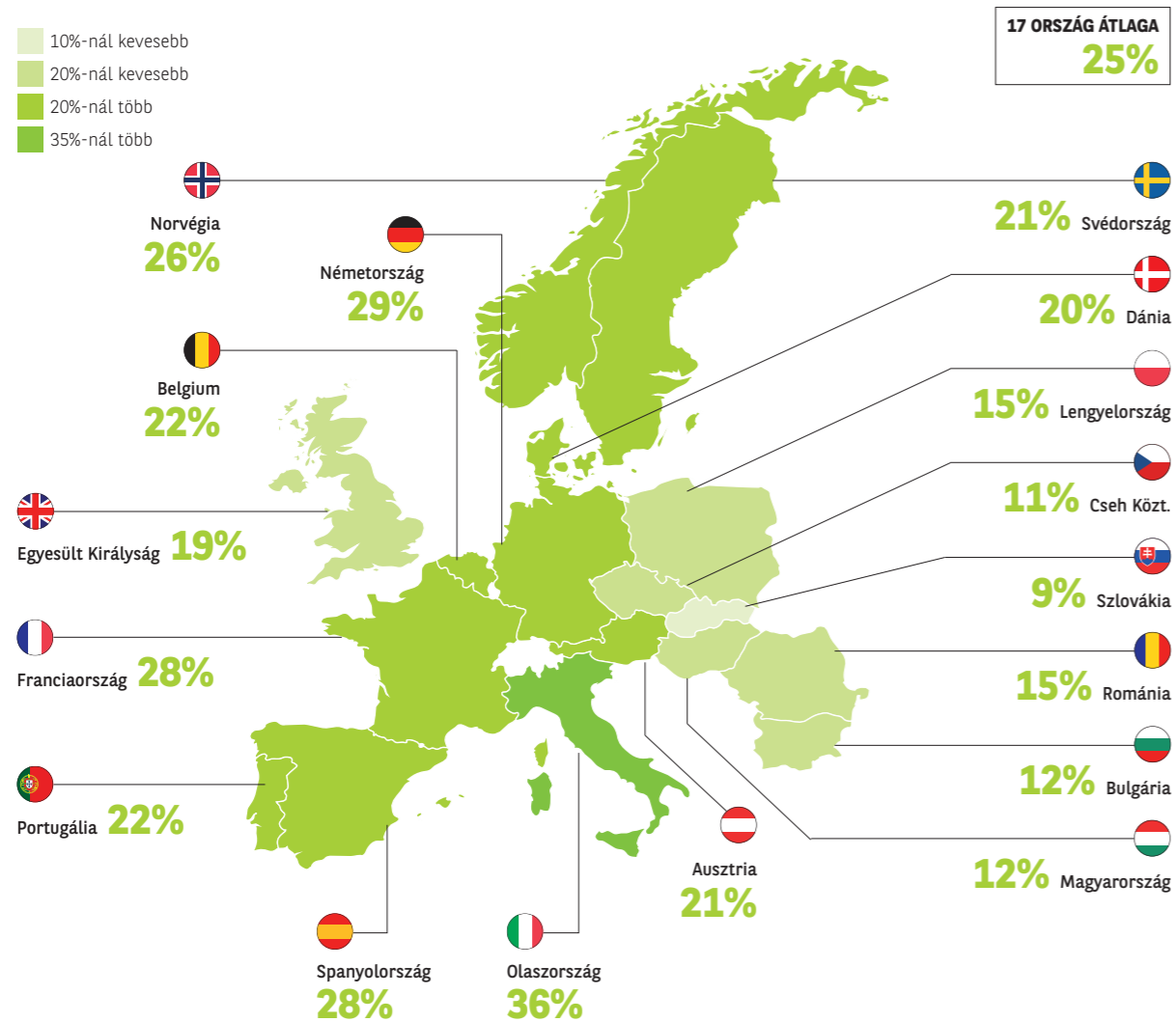
a kifejezésnek nem ennyire közismert a jelentése. A szlovákok mindössze 9%-ának van világos elképzelése arról, hogy mi a körkörös gazdaság.

Amikor feltesszük a kérdést, hogy az emberek pontosan mit értenek körkörös gazdaság alatt, generációs szakadék rajzolódik ki, amely a felmérés során többször is felbukkan. Az 50 év alattiak észrevehetően jobban tisztában vannak a fogalom jelentésével, mint az idősebbek.

1. ábra

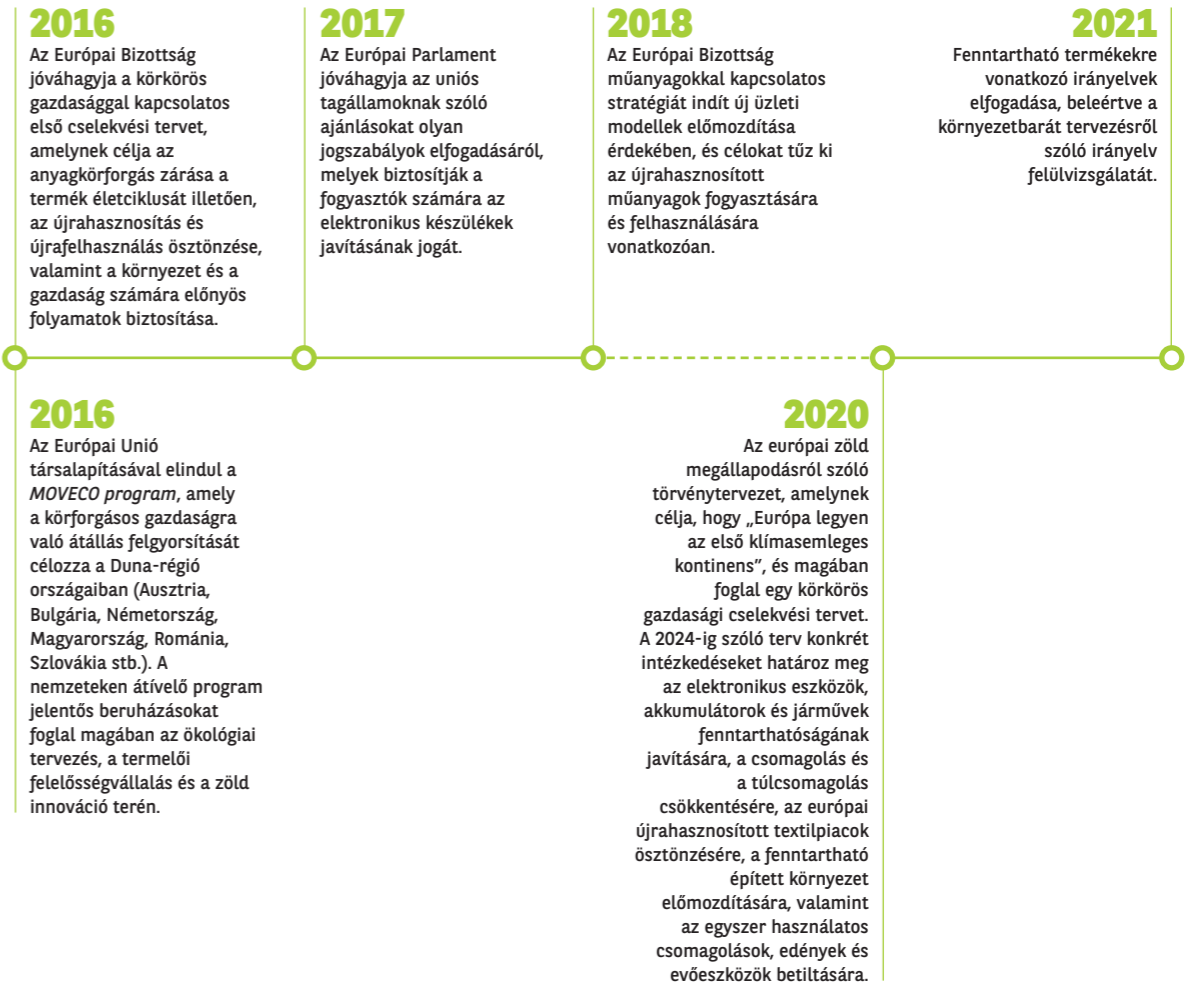
Hallott már a körkörös gazdaságról?

Az „Igen, és pontosan tudja, hogy mi az” választ adók aránya.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

EURÓPAI UNIÓS SZABÁLYOZÁS



FŐBB JOGSZABÁLYOK ÉS KEZDEMÉNYEZÉSEK A VIZSGÁLT ORSZÁGOKBAN



Svédország, 2016

Törvénytervezet, amely szerint a háztartási szervizelés munkadíjának 50%-a levonható az adóból, valamint csökkenti a javítási szolgáltatások áfáját.



Belgium, 2016

A flamand kormány a Vision 2050: *Hosszútávú stratégia* című jelentésében a körkörös gazdaságot kiemelt fontosságú átmenetként ismeri el. Brüsszel ezt követően meghatározza a termék- és adónormalizációval kapcsolatos lépéseket a körkörös gazdaságra való átállás érdekében.



Spanyolország, 2018

Extremadura régió *Extremadura 2030* címmel bemutatja saját, a termelési életciklus teljességének elvén alapuló körkörös gazdasági stratégiáját.



Németország, 2018

Elindul a *Textilbündnis*, a kormány és a divatipar kezdeményezésére a fenntartható textíliáért létrehozott köz- és magánszféra közötti partnerség.



Cseh Köztársaság, 2018

A parlament jóváhagyja a körkörös gazdasági nemzeti stratégiát, a 40 konkrét szakpolitikai intézkedést tartalmazó *Circular Czechia 2040*-et.



Franciaország, 2019

A *Körkörös gazdaságért* című törvényjavaslat jóváhagyása, amely többek között tartalmazza az eladatlan nem élelmiszerjellegű termékek megsemmisítésének és kidobásának tilalmát – ezek újbóli használatára és újrahasznosítására vonatkozó előírásokkal együtt –, továbbá egyes háztartási készülékek és elektronikus eszközök javíthatósági pontszámának bevezetését, valamint a javítóműhelyek számára a pótalkatrészek rendelkezésre állásának jogi kötelezettségét.



Egyesült Királyság, 2020

A WRAP ügynökség által működtetett *Fenntartható ruházatközponti cselekvési terv* a ruhaipar környezeti hatásainak csökkentésére irányul, és a körkörös gazdasággal kapcsolatos kötelezettségvállalásokat tesz a tervezés, az újrafelhasználás és az újrahasznosítás terén, amelyeket 2030-ig kell teljesíteni.

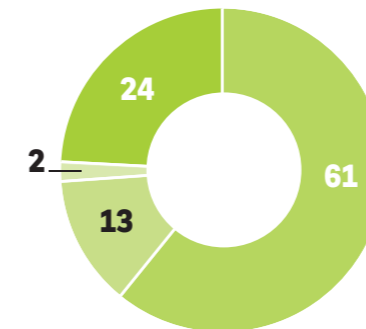
POZITÍV BENYOMÁS

Bár a konkrét kifejezés nem biztos, hogy mindenkinek mond valamit, az általános vélemény kimondottan pozitív (**2. ábra**). A fogalom jelentésének ismertetését követően 10 európai közül több mint 8 pozitívan ítélte meg azt. Az olaszok rendkívül fogékonyak az ötletre, a portugálok még inkább (93% és 94%). Ismét keletre kell menni ahhoz, hogy több ellenállást találjunk, például a cseheknél, bár a pozitív hozzáállás itt is nagyon magas (73%).

2. ábra

A fogalom értelmezése alapján pozitív vagy negatív a véleménye a körkörös gazdaságról?

Százalékos arány



Pozitív vélemény

85%

Negatív vélemény

15%

- Nagyon pozitív
- Inkább pozitív
- Inkább negatív
- Nagyon negatív

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

MODERN JELENSÉG, DE NEM CSAK MÚLÓ HÓBORT

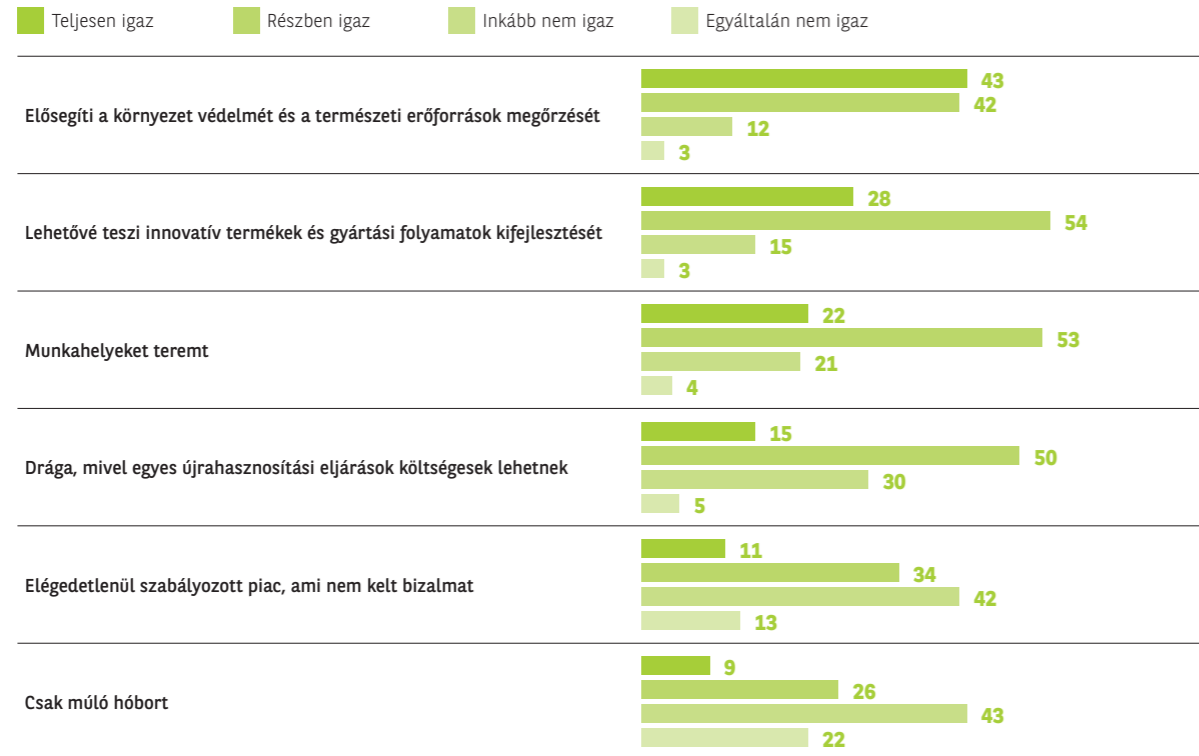
A körkörös gazdaság általános pozitív megítélésének több oka van (**3. ábra**). Az európaiak 85%-a véli úgy, hogy a körkörös gazdaság jótékony hatással van a környezetre és a természeti erőforrásokra, ami valóban az egyik elsődleges cél. A portugálok és az olaszok vallják leginkább ezt a véleményt (92%). A körforgásos gazdasághoz kapcsolódó második elképzelés az innovációs képesség, amelyet az európaiak 82%-a emelt ki. Az olaszok és a portugálok ismét valamivel lelkesebbnek bizonyultak a többiekénél, bár nincs jelentős különbség az országok között. A dobogó harmadik fokán a munkahelyteremtés áll, ezt a tulajdonságot az európaiak 75%-a említi, és csak nagyon kis eltérés van a nemzetek között.

Az európaiaknak csupán 35%-a tartja a körforgásos gazdaságot hóbortnak, ami a fogalom potenciális tartósságát támasztja alá. Egy ország egyértelműen kilóg e téren, miután a válaszadók olyan véleményt fogalmaztak meg, amely különbözik a többi országétól. A franciaországi megkérdezettek 52%-a ugyanis a körkörös gazdaságot átmeneti trendnek tekinti.

3. ábra

Ön szerint a körkörös gazdaság... ?

Százalékos arány



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

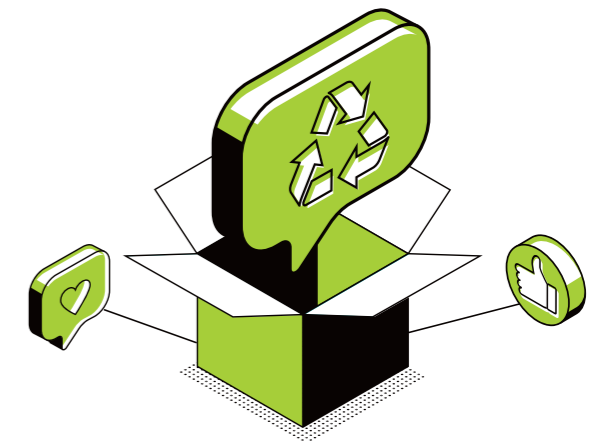
BEVETT ÉS EGYRE SZÉLESEBB KÖRBE TERJEDŐ ELJÁRÁSOK

A+ OSZTÁLYZAT A 3R-NEK

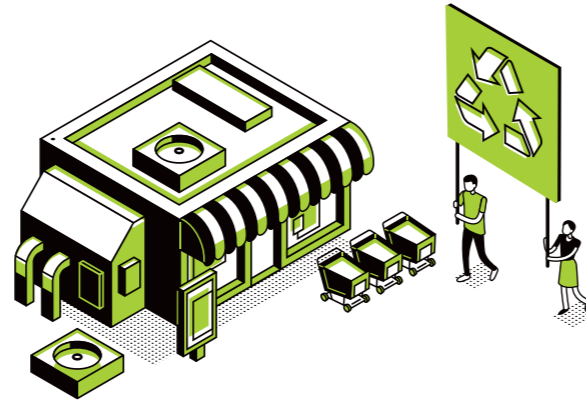
A körkörös gazdaság kifejezés tehát két olyan szót egyesít, amelyre az európaiak pozitívan rezonálnak, különösen, ha annak jelentését világosan meghatározzuk. Még biztatóbb, hogy – anélkül, hogy ennek feltétlenül tudatában lennének – határozottan alkalmazzák azt a három R-t, amelyre az elv épül: újrahasznosítás (recycle), csökkentés (reduce), újrafelhasználás (reuse).

Itt is észrevehető egy viszonylag egyértelmű földrajzi megosztottság egyrészt a nyugati és északi országok között, másrészt a keleti nemzeteket illetően. De van generációs különbség is, még ha kevésbé kifejezetten is: az 50 év felettiak általában elkötelezettebbnek tűnnek, függetlenül attól, hogy melyik R-ről van szó.

A szelektív hulladékgyűjtés és általában az újrahasznosítás a legerjedtebb gyakorlat az európaiak körében (**4. ábra**), tíz európai közül több mint hat rendszeresen végzi. A lista élén az olaszok állnak, akiket szorosan követnek az osztrákok, a spanyolok és a svédek. Ezzel szemben a bolgárok messze a legkevésbé szorgalmasak e tekintetben.



A hulladékmennyiség csökkentése is elterjedt gyakorlat. Az európaiak 46%-a állítja, hogy próbálta már csökkenteni a hulladék mennyiségét. Ismét az olaszok bizonyulnak a legerényesebbnek, amikor a körkörös gazdaság ezen összetevőjéről van szó. Ezúttal a csehek a legkevésbé elkötelezettek.



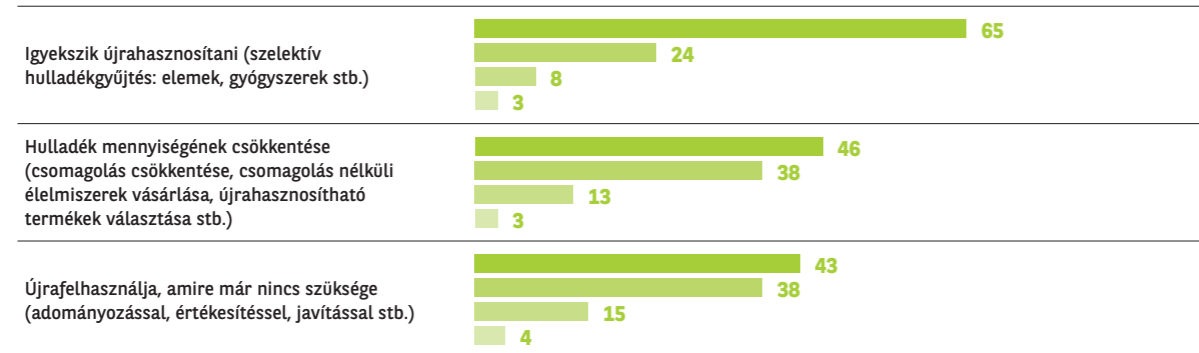
A harmadik R-t, a termékek újrafelhasználását – értékesítés, adományozás vagy átalakított felhasználási cél segítségével – az európaiak 43%-a végzi rendszeresen. Ismét az olaszok és a csehek találhatók a nemzetközi rangsor élén, illetve alján.

4. ábra

Gyakorolja a következőket?

Százalékos arány

■ Gyakran és rendszeresen
 ■ Gyakran, de nem rendszeresen
 ■ Ritkán
 ■ Soha



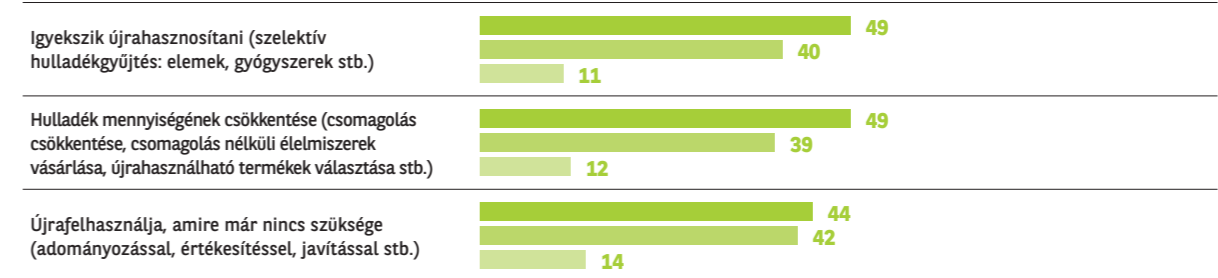
Forrás: Cetelem Körkép 2022.

5. ábra

Az egy évvel ezelőttihez képest többet, kevesebbet vagy ugyanannyit végez az alábbiakból?

Százalékos arány

■ Többet
 ■ Ugyanannyit
 ■ Kevesebbet



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

IDŐVEL EGYRE INKÁBB MEGHONOSODÓ GYAKORLATOK

Miközben az európaiak pozitívan viszonyulnak a körkörös gazdaságban való részvételhez, még biztatóbb, hogy a jövőben fokozni kívánják elkötelezettségüket.

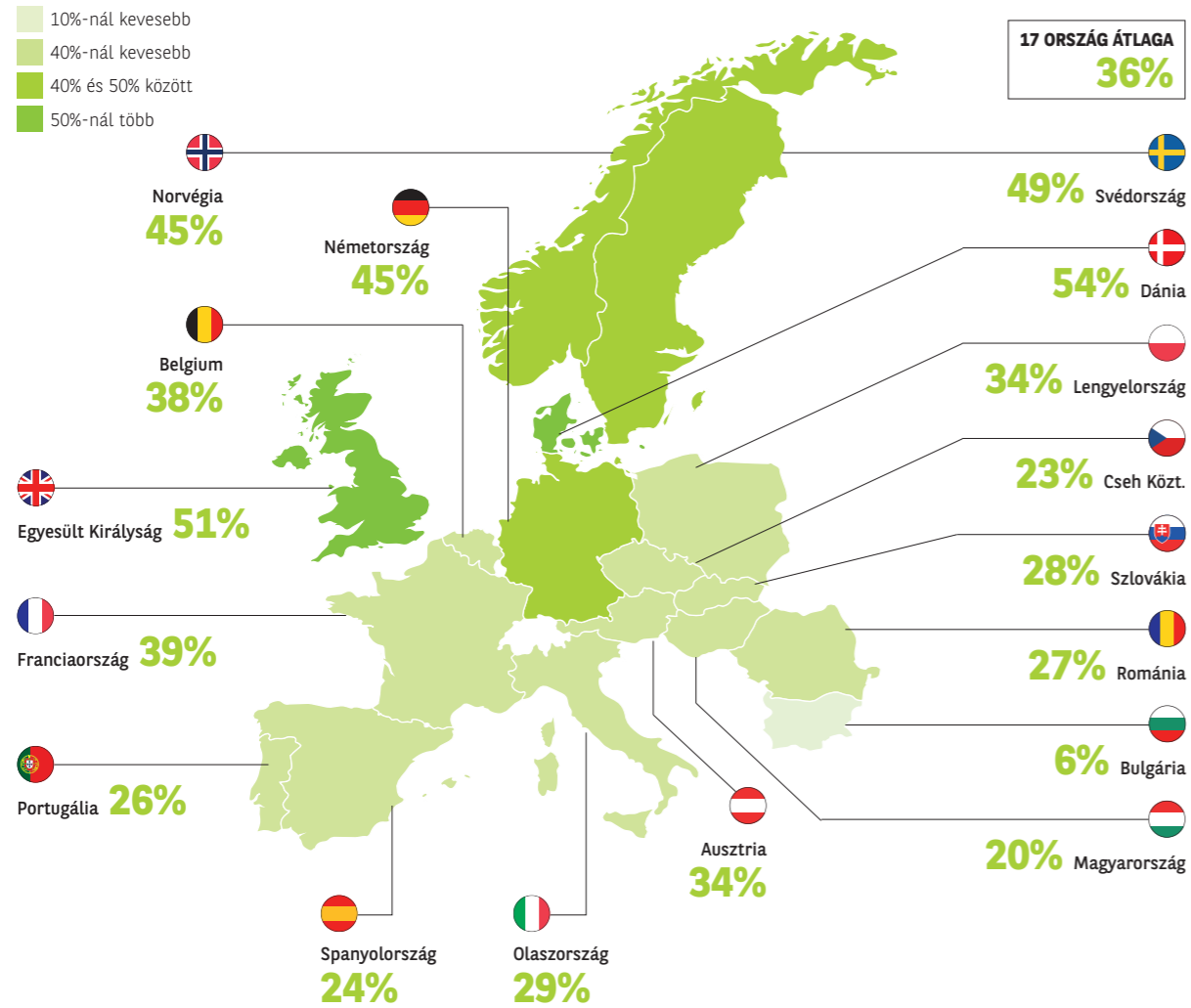
Minden második európai polgár vallja, hogy az elmúlt három évben többet hasznosított újra, valamint csökkentette a hulladék mennyiségét **(5. ábra)**. Ezúttal nem beszélhetünk jelentős földrajzi különbségről. Az olaszok, a lengyelek, a dánok és a románok vezetnek e téren, míg a németek, a bolgárok és a norvégok zárják a sort.

Az első két gyakorlathoz hasonlóan – amelyek már régebb óta ismertek – a termékek újrafelhasználása is jelentősen nőtt ezen időszak alatt: az európaiak 44%-a válaszolta, hogy nagyobb erőfeszítéseket tesz ezen a területen.

6. ábra

Mit gondol, a körkörös gazdaság mennyire épült ki az Ön országában?

„Jól kiépült” választ adók százalékos aránya



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

NÖVEKVŐ JELENTŐSÉG

ÉSZAK ÉS DÉL: ÉG ÉS FÖLD

Az európaiak negyede állítja, hogy tisztában van a körkörös gazdaság fogalmával. Még többen úgy vélik, hogy országukban ez a fogalom jól kiépült, ami arra utal, hogy a körkörös gazdaság pozitív, előnyös irányba fejlődik, akárcsak az általa felölelt gyakorlatok (6. ábra).

És bár az európaiak átlagosan 36%-a van ezen a véleményen, ez a szám nem adja vissza a jelentős földrajzi különbségeket, mivel számos ország a spektrum ellentétes végén helyezkedik el. Az északi országokban találjuk azokat, akik a leghatározottabban állítják, hogy a körkörös gazdaság jól kiépült, nem utolsósorban az Egyesült Királyságban és Norvégiában, ahol minden második válaszadó ezt a véleményt fejezte ki. A délen élő válaszadóknál ez kevésbé jellemző, a bolgárok pedig különösen szkeptikusnak bizonyultak (6%). Franciaország valahol a kettő között helyezkedik el, közel átlagos értékkel.



TÁJÉKOZOTT FOGYASZTÓK

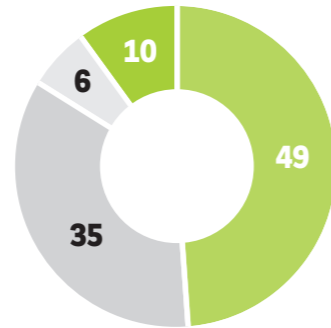
Az európai fogyasztók körkörös gazdasággal kapcsolatos tudatossága még több reménnyel kecsegtet, ami a következő években várható terjedést illeti. Tízből hatan vélik, hogy jól vagy nagyon jól tájékozottak a témában **(7. ábra)**.

A három skandináv ország egyértelműen a legjobban tájékozott (10-ből 7 pont). A kelet-európai országok szintén viszonylag homogén, de sokkal kevésbé tájékozott csoportot alkotnak, a legkevésbé tájékozott európaiak pedig a bolgárok (10-ből alig 4). Még meglepőbb, hogy több nyugat-európai nemzet is az átlag alatt teljesít. Ezek közé tartozik Ausztria és Franciaország (2-ből 1).

7. ábra

Megítélése szerint Ön mennyire tájékozott a hulladékok újrahasznosítása, mennyiségük csökkentése, valamint a használt vagy feleslegessé vált tárgyak új felhasználási módjait illetően?

Százalékos arány



Tájékozott

59%

Tájékozatlan

41%

- Nagyon tájékozott
- Elég tájékozott
- Elég tájékozatlan
- Nagyon tájékozatlan

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

FŐBB ADATOK

4-ből 1 európai

tudja pontosan, hogy mi az a körkörös gazdaság

10-ből több mint 8

pozitív véleménnyel van róla

10-ből 6

véli úgy, hogy tájékozott a témában

36%

véli úgy, hogy országában jól kiépült a körkörös gazdaság, főleg északon

85%

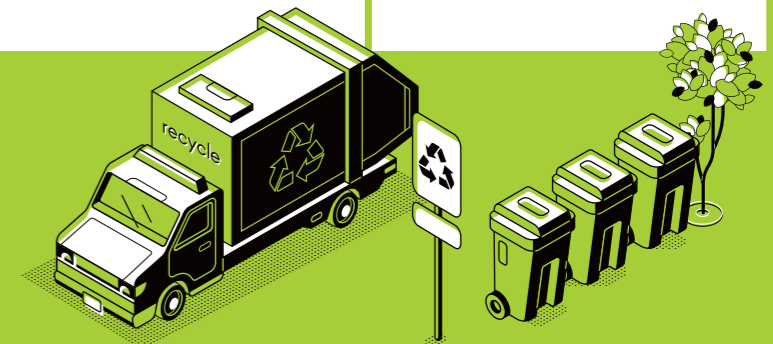
gondolja úgy, hogy a körkörös gazdaságnak pozitív hatása van a környezetre

65%

rendszeresen újrahasznosít

2-ből 1 európai

többet hasznosít újra, valamint jobban csökkenti a hulladék mennyiségét, mint 3 éve





2

A FOGYASZTÓ MINT VÁLLALKOZÓ

A Cetelem Körkép Fogyasztás legutóbbi felmérésének legfontosabb megállapításai közül egy különösen kiemelkedik. Ahogy a különféle platformok segítségével az emberek felveszik egymással a kapcsolatot, úgy válik egyre több fogyasztó egyúttal eladóvá is, egyre inkább visszaszerezve az uralmat és a kontrollt saját fogyasztásuk felett. Amikor „vállalkozóként” járnak el, a fogyasztók különösen érdekeltek abban, hogy plusz bevételhez jussanak, főleg a mostani járványhelyzet és annak gazdaságra gyakorolt hatásai idején. Ez tovább növeli a generációs különbségeket, mivel a fiatalabbak könnyebben ráéreznek a fogyasztó-eladó szerepre, mint az idősebbek.

A „KÖRKÖRÖS GAZDASÁG” FOGALMÁNAK NÉLKÜLÖZHETLEN ELEMÉ A „GAZDASÁG”

A fogyasztói racionalitás régóta a közgazdaságtan egyik legfontosabb alaptétele. Számos szerző vizsgálta a kérdést a lineáris gazdaság kontextusában. A körkörös gazdaság kialakulásával vajon hogyan alakul a látszólagos racionalitás?

ÉSZSERŰ FOGYASZTÁS

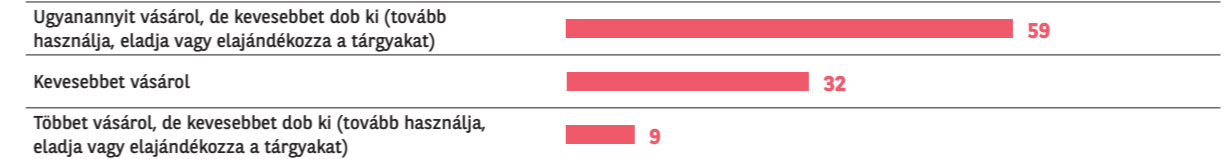
Tízből hat európai állítja, hogy ugyanannyit vásárol, a hulladék mennyiségét viszont csökkenti azzal, hogy továbbértékesíti, elajándékozza vagy hosszabb ideig használja a termékeket ahelyett, hogy kidobná azokat (**8. ábra**). Ez a hozzáállás kétségtelenül a túlfogyasztás és az annak következtében fellépő fogyasztói csömör elkerülésének szándékát mutatja, egy olyan megközelítést, amely a személyes elégedettségre való törekvést ötvözi a kollektív felelősségvállalással.

E téren jelentősek az országok közötti különbségek, de különösebb földrajzi klaszterek nem alakultak ki. A lista élén a spanyolok állnak (70%), míg a lista végén a svédek (48%). E kettő között számos ország, köztük az Egyesült Királyság és Portugália, közel átlagos eredményt ért el (59% és 58%).

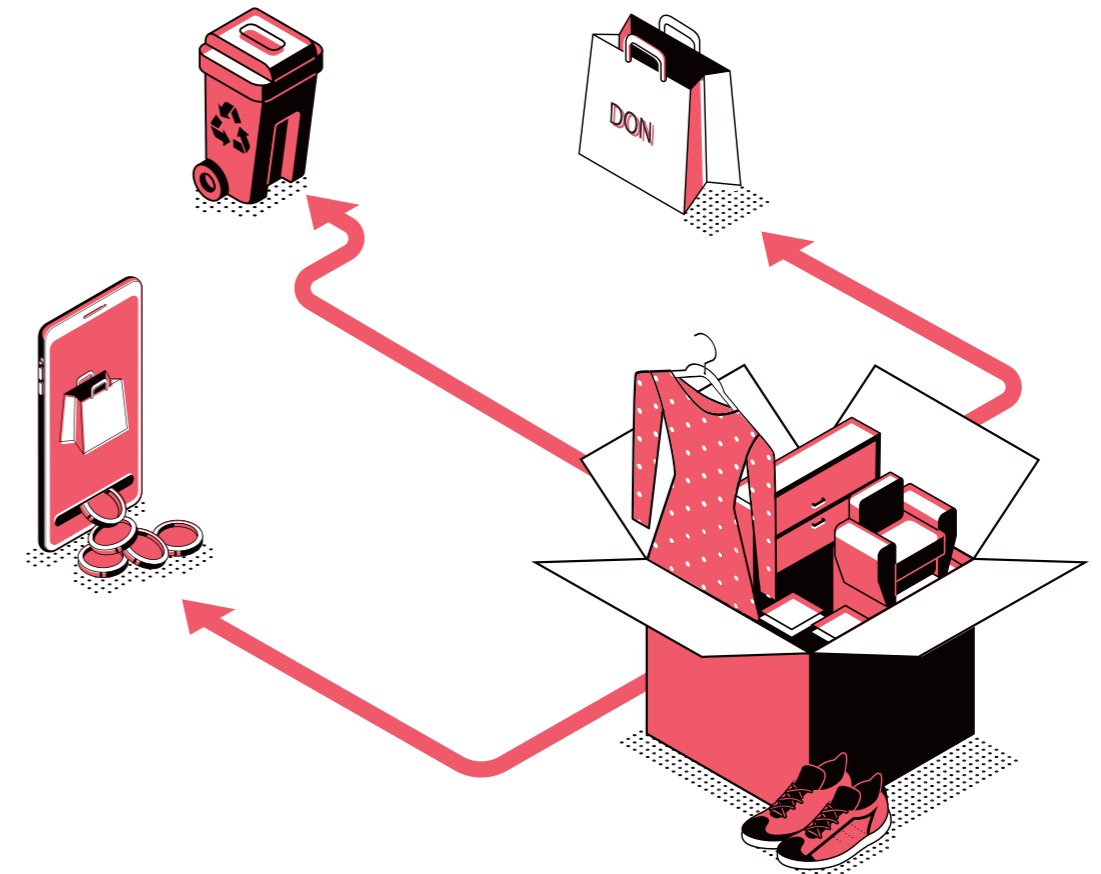
8. ábra

Úgy gondolja, hogy kevesebb hulladékot termel. Az alábbi állítások közül melyik írja le legjobban az Ön személyes körülményeit?

Százalékos arány



Forrás: Cetelem Körkép 2022.



TÖBB BEVÉTEL, KEVESEBB KÖLTEKEZÉS

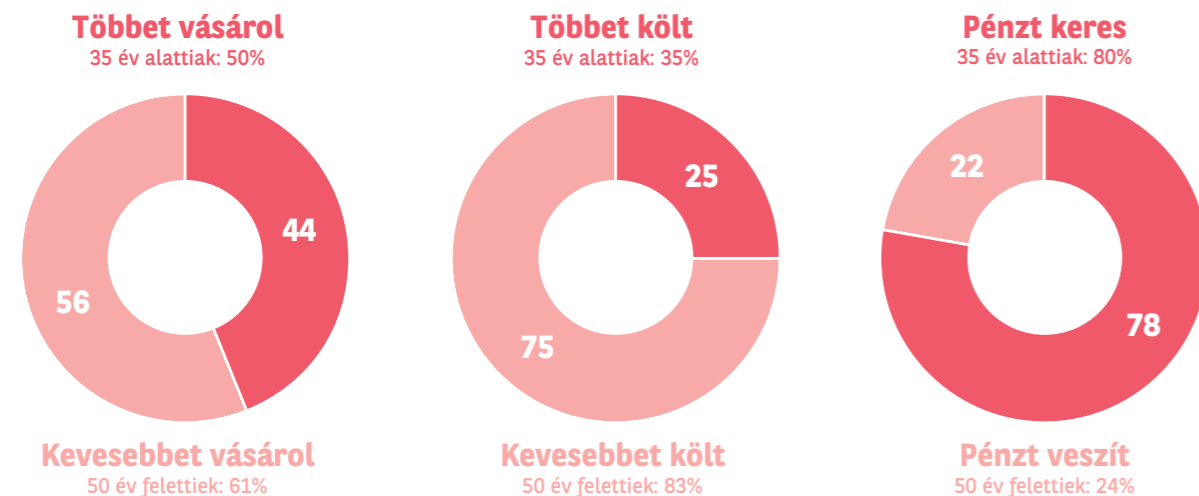
A fogyasztók számára azonban a körkörös gazdaság valódi jelentősége, és ezáltal vonzereje is inkább a benne lévő lehetőségekben, elsősorban a különböző gazdasági szempontokban rejlik, és nem annyira az észszerű és felelős fogyasztás gondolatában.

Mi az európaiak elsődleges célja? Több pénzt keresni (9. ábra). Tíz európaiból közel nyolc ezt tekinti jó oknak arra, hogy felkarolja a koncepciót. Leginkább a portugálok és a svédek vallják ezt a nézetet (86% és 84%), míg a britek és a dánok kisebb hányada tartja szem előtt az anyagi nyereségre való törekvést (71% és 72%).

9. ábra

A használt és újrahasznosított termékek terjedésével, illetve a bérlési és javítási lehetőségeknek köszönhetően Ön általánosságban...?

Százalékos arány



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

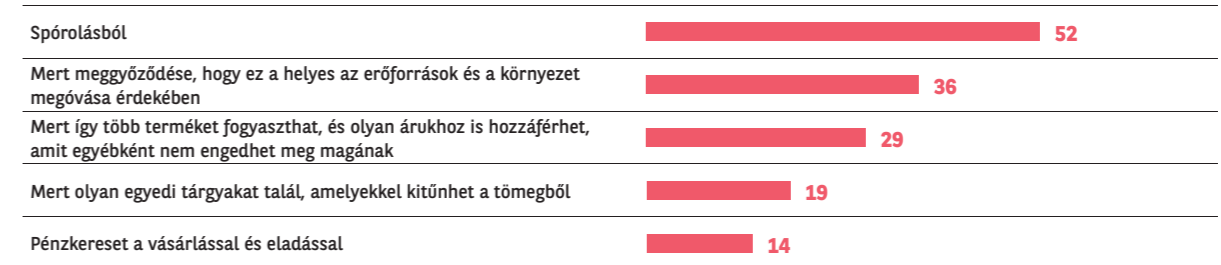
Ha a pénzkereset a körkörös gazdaság „jinje”, akkor a kevesebb költsékezés nyilvánvalóan a „jang”, mivel az európaiak 75%-a így gondolkodik. Ebben a tekintetben ismét a portugálok a leglelkesebbek, a magyarokkal együtt (83%).

A lengyelek és a dánok a legkevésbé takarékosak, a felmérés szerint náluk a legalacsonyabb azok aránya, akik keveset akarnak költeni (65%, illetve 66%). Az elsődleges különbség azonban nem földrajzi, hanem generációs jellegű: az 50 év felettiak 83%-a tervezi, hogy kevesebbet költ, míg a 35 év alattiaknak csak 65%-a, a 35-49 éveseknek pedig 71%-a tervez kevesebbet költeni.

10. ábra

Amikor használt termékeket vásárol, általában milyen okból teszi elsősorban?

Két lehetséges válasz, összesen több mint 100%. Azokhoz, akik vásároltak már használt árut.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.



ELSŐDLEGES FONTOSSÁGÚ A MEGTAKARÍTÁS

A Cetelem Körkép Barométere rávilágított arra, hogy az európaiak hajlandóak ugyan többet fogyasztani, de nem mindenáron. A körkörös gazdasággal kapcsolatos felmérés is megerősíti ezt az elővigyázatosságot egy olyan időszakban, amikor a járványhelyzet mint Loch Ness-i szörny újra és újra felbukkan, hogy aztán ismét a felszín alá merüljön, mélyreható és tartós változásokat eredményezve a fogyasztói magatartásban. Ennek megfelelően a használt termékeket vásároló európaiak ezt általában azért teszik, hogy pénzt takarítsanak meg (52%) (10. ábra). Az anyagi motiváció egyértelműen nagyobb arányban fordul elő, mint a környezetbarát motiváció (36%) vagy a több és változatosabb fogyasztás iránti vágy (29%). Ez a válasz a leggyakoribb Portugáliában (63%), Szlovákiában (60%) és Svédországban (59%), de valamivel kevésbé jellemző Olaszországban (47%), Ausztriában és az Egyesült Királyságban (48%).

Mihez kezdenek az európaiak a megtakarított pénzzel? Mindenekelőtt félreteszik tartaléknak (52%), ami szintén azt mutatja, hogy a megtakarítási kedv ezekben a bizonytalan időkben is erős marad (lásd a Cetelem Körkép Barométert) **(11. ábra)**. A készpénzt felhasználják más termékek vásárlására is, ez az 50 év alattiak körében gyakoribb, mint az idősebbeknél.

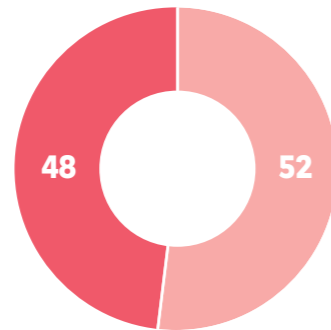
11. ábra

Amikor használt terméket vásárol és kevesebbet fizet érte, mintha újonnan vette volna, mit csinál az így megtakarított pénzzel?

Százalékos arány. Kérdés azokhoz, akik már vettek használt terméket.

Elkölti más termékekre

18-34 éves	50
35-49 éves	53
50-75 éves	41



Félretesz ahelyett, hogy elkölténé

18-34 éves	50
35-49 éves	47
50-75 éves	59

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

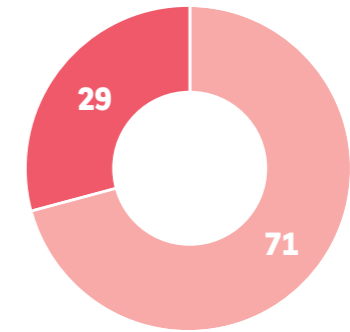
Ugyanakkor e téren a megkérdezettek viselkedése jelentős különbséget mutat az országok alapján. Ismét csak a portugálok, belgák és svédek mutatkoznak leginkább takarékosnak (69%, 64%, illetve 63%). Ezzel szemben a bolgárok, románok, magyarok és németek inkább mutatnak hajlandóságot, hogy a zsebükbe nyúljanak (66%, 58%, 55%, illetve 54%).

12. ábra

Amikor használt terméket vásárol és kevesebbet fizet érte, mintha újonnan vette volna, általában mire költi a megspórolt pénzt...?

Százalékos arány. Kérdés azokhoz, akik a használt termékek vásárlásával megspórolt pénzből más termékeket vesznek.

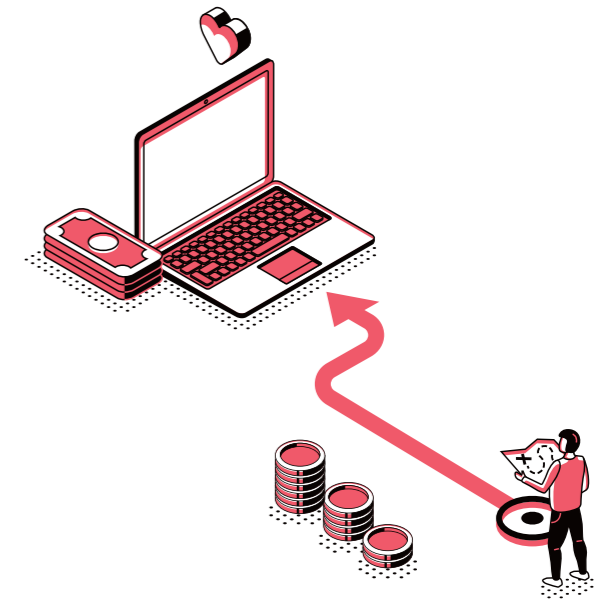
- Kedvtelésből vásárolt árukra, amik nem feltétlenül szükségesek.
- Szükséges napicikkre (az életszínvonal fenntartásához vagy javításához)



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

A LÉNYEGRE TÉRVE

Ezzel együtt a megtakarítás által lehetővé tett vásárlást továbbra is az éhszerűség diktálja. Tíz európaiból hét nem vásárol könnyelműen, inkább a mindennapi szükségleteiket szolgáló termékeket vesz, vagy olyasmit, amivel fenntartja vagy akár javítja az életszínvonalát **(12. ábra)**. A pénzügyekkel kapcsolatos óvatosság különösen hangsúlyos Bulgáriában és Magyarországon, míg Belgiumban és a három skandináv ország válaszadói között ez valamivel mérsékeltebb, bár ott is elég jelentős az elővigyázatos fogyasztás.



A FOGYASZTÓ-ELADÓ MEGJELENÉSE

HASZNÁLT TERMÉKEK ÉRTÉKESÍTÉSE MINT ÁLTALÁNOS GYAKORLAT

Egész a közelmúltig a gazdaság, pontosabban az érdekelt felek között zajló kereskedelmi tranzakciók elég egyértelműen kijelölték az egyes felek szerepét. Voltak egyrészt az eladók, azaz a tágabb értelemben vett vállalatok, másrészt voltak a vevők, azaz fogyasztók. A mostani felmérés rávilágít arra, hogy ezek a szerepek átalakultak, és megjelent az ún. fogyasztó-eladó, aki a fogyasztás tekintetében vállalkozóként viselkedik.

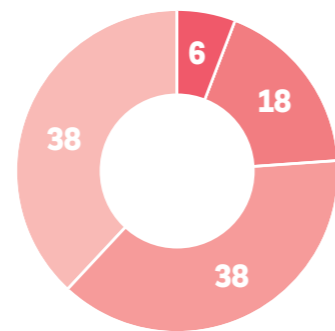
Tíz európai közül hat állítja, hogy az elmúlt évben használt árut adott el, ez az arány pedig 10-ből 8-ra emelkedik, amikor 35 év alattiakról van szó (**13. ábra**). A legtöbb országban ez az arány meghaladja az átlagot (Ausztria, Belgium, Dánia, Franciaország, Norvégia, Lengyelország, Svédország és Ausztria). A legközelebb ehhez az értékhez Románia, Spanyolország és az Egyesült Királyság áll. A fogyasztóeladók aránya Norvégiában és Franciaországban a legmagasabb.

13. ábra

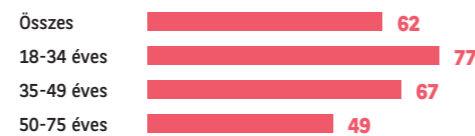
Milyen gyakran adott el használt árut az elmúlt 12 hónapban?

Az összes válaszadóhoz, százalékos arány.

■ Hetente többször ■ Évente többször
■ Havonta többször ■ Soha



Használt árut értékesítők aránya:

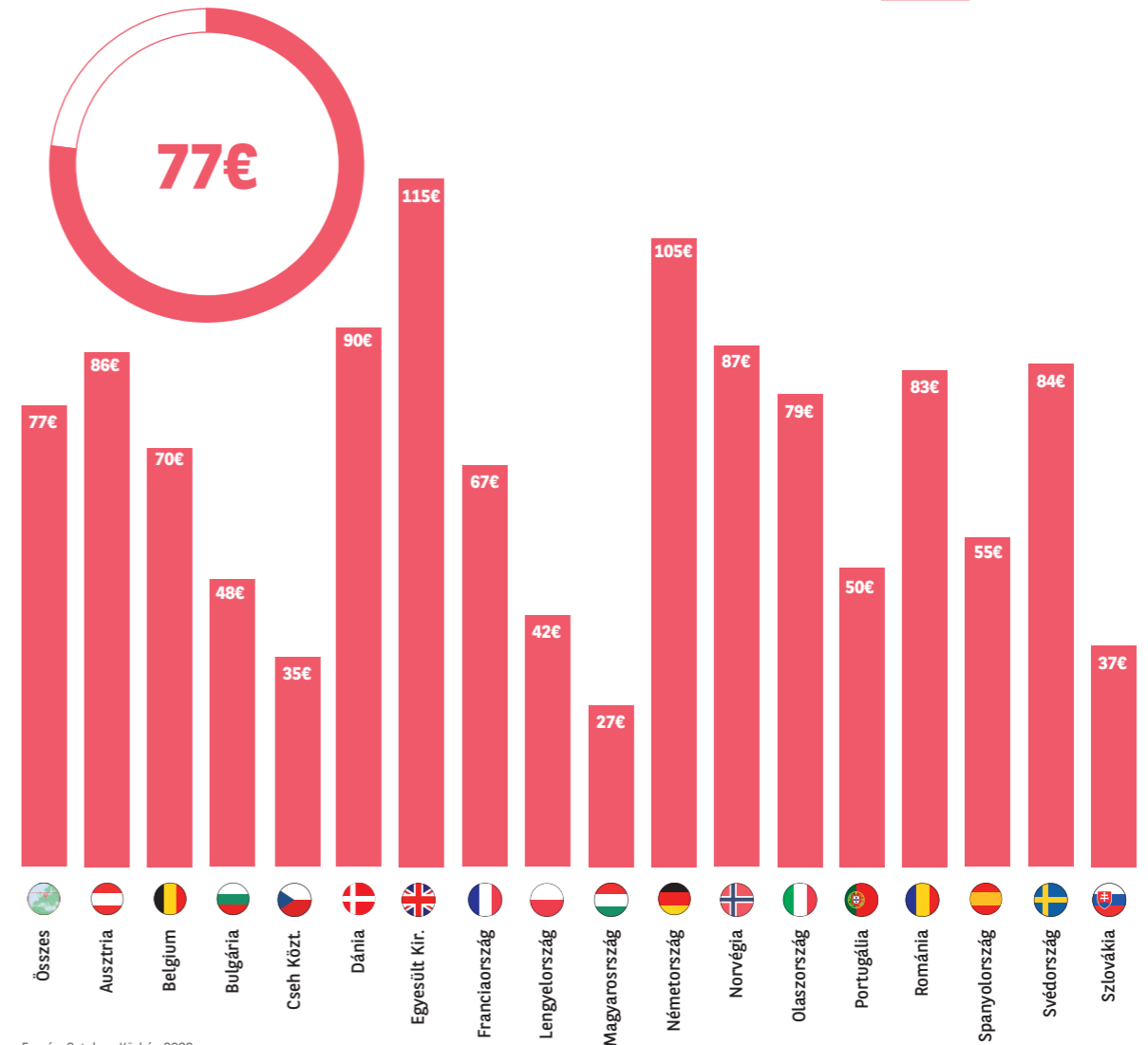
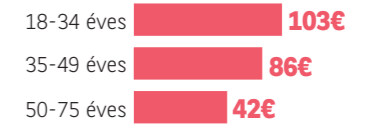


Forrás: Cetelem Körkép 2022.

14. ábra

Egy átlagos hónapban mennyit keres az eladott termékekkel? (Az összeget euróra átszámítva)

Euróban. Kérdés azokhoz, akik már értékesítettek használt árut.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

SZÁMOTTEVŐ PLUSZ JÖVEDELEM

Korábban már láttuk, hogy a pénzkereset az egyik legfontosabb szempont az európaiak számára a körkörös gazdaságban való részvételhez. A fogyasztó-eladók által megkeresett összegek megerősíteni látszanak ezt a megfigyelést. Az ilyen eladásokból származó havi átlagkereset 77 euró, ami egyáltalán nem elhanyagolható plusz jövedelem **(14. ábra)**.

Ezen összeg mögött háromfajta egyenlőtlenség is meghúzódik. Az első földrajzi jellegű: míg a magyarok, csehek és szlovákok kevesebb mint 40 euró többletjövedelemre tesznek szert, addig ez az összeg majdnem háromszorosára nő Németországban, illetve még jelentősebben megnő az Egyesült Királyságban, ahol az eladók átlagosan 115 eurót keresnek.

A generációs különbségek is szembetűnőek. Míg a 35 év alattiak havi 103 eurót keresnek eladásaikból, addig az 50 év felettiak alig 42 euró többlet jövedelemre tesznek szert. A harmadik egyenlőtlenség a nemekhez

kapcsolódik: fogyasztó-eladóként a férfiak majdnem kétszer annyit keresnek, mint a nők (98 euró, szemben 58 euróval).

SZÜKSÉGKIADÁS ÉS VÉSZTARTALÉK

Az új szerepvállalás ellenére a fogyasztó-eladók nem veszítették szem elől a megtakarítás és a költségek összehangolásának fontosságát. Hajlamosak arra, hogy a megkeresett pénzt ne kedvtelésre költsek (10%), hanem inkább olyan termékekre, amelyekre szükségük van. Az európaiak 44%-a ezt a gyakorlatot részesíti előnyben **(15. ábra)**. És mivel korántsem gondtalan időköt élünk, 36%-uk félre is tesz. A kelet-európai fogyasztók leginkább a szükséges termékek vásárlását helyezik előtérbe, különösen a bolgárok (65%), de a magyarok (52%) és a szlovákok is (49%). Érdemes megjegyezni, hogy a portugálok, az olaszok és az osztrákok vásárlással kapcsolatos döntései egyaránt racionálisak. Ami a megtakarításokat illeti, a spanyolok, a belgák és a svédok a legkörültekintőbbek (45%, 42%, illetve 42%).

15. ábra

Mit szokott tenni az így megkeresett pénzzel?

Százalékos arány. Kérdés azokhoz, akik már adtak el használt árut.

Olyan egyéb termékre költi, amire szüksége van	44
Félreteszi megtakarításként	36
Olyan egyéb termékre költi, amelyet aztán magasabb áron ad el és nyeresége származik belőle	10
Saját kedvtelésére költi, amire szigorúan véve nincs szüksége	10

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

GENERÁCIÓS SZAKADÉK

AZ EGYIK GENERÁCIÓ AD, A MÁSIK ELFOGAD

Amint arra már többször rámutattunk – különösen az értékesítésből származó összegek tekintetében –, a körkörös gazdaság, pontosabban a fogyasztó-eladók megjelenése egyértelmű generációs különbségeket hozott felszínre. Ezek a különbségek elsősorban ott mutatkoznak meg, amikor a használt vagy szükségtelenné vált termékek ártalmatlanításáról van szó.

16. ábra

Amikor használt vagy nem kívánt terméktől szeretne megszabadulni, általában mit tesz...?

Százalékos arány

Odaadja valaki másnak vagy egy jótékonyági szervezetnek, hogy a legtöbbet hozzák ki a tárgyból és új célra használhassák	Átlag	51
	18-34 éves	44
	35-49 éves	45
	50-75 éves	61
Keres egy kis pénzt azzal, hogy eladja egy magánszemélynek, vagy kedvezményért odaadja egy kiskereskedőnek	Átlag	32
	18-34 éves	38
	35-49 éves	36
	50-75 éves	24
A lehető legkönnyebben és leggyorsabban megszabadul tőle, bármilyen módon	Átlag	17
	18-34 éves	18
	35-49 éves	19
	50-75 éves	15

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

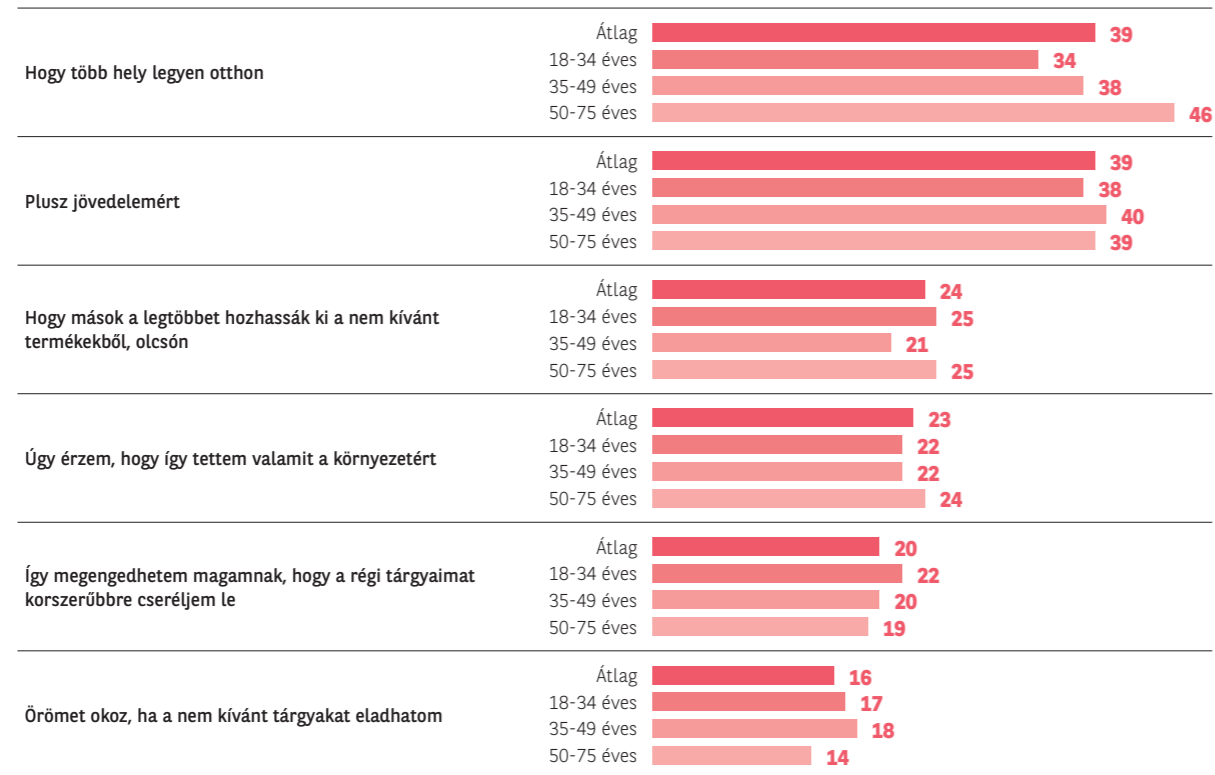
Egyértelmű, hogy az 50 év felettiak mit részesítenek előnyben: 61%-uk dönt úgy, hogy jótékony célokra eladományozza vagy ingyen elajándékozza az ilyen termékeket. Mindössze 24%-uk lát bennük pénzkereseti lehetőséget **(16. ábra)**.

Az 50 év alattiak általában másképp döntenek, és sokkal kevésbé megosztottak e kérdésben. A 35-49 éveseknek mindössze 45%-a, a 35 év alattiaknak pedig 44%-a adományozza el a nem kívánt tárgyakat, míg az előbbieket 36%-a, az utóbbiakat 38%-a enged a pénzkereset vágyának.

17. ábra

Milyen okokból adott el korábban használt terméket?

Kérdés azokhoz, akik már adtak el használt terméket. Százalékos arány. Két válaszlehetőség, összesen több mint 100%.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

MI A FONTOSABB? HELYTEREMTÉS AZ OTTHONUNKBAN VAGY HOGY TELE LEGYEN A PÉNZTÁRCÁNK?

Egy másik szempontból is törésvonal található a korosztályok között. Az 50 év feletti európaiak 50%-a azért adna el tárgyakat, hogy helyet teremtsen

otthonában, ami 10 százalékponttal több, mint az ugyanígy eljáró fiatalok értéke (17. ábra).

Utóbbiak számára nagyobb hajtóerő, hogy plusz jövedelemre tegyenek szert az értékesítés által.

A környezeti szempontok egyik korosztály számára sem jelentenek prioritást.

FŐBB ADATOK

10-ből 8 európai

pénzt szeretne keresni azzal, hogy részt vesz a körkörös gazdaságban

4-ből 3 európai

olyan lehetőséget lát benne, amelynek köszönhetően kevesebbet kell költenie

10-ből 5 európai

megtakarítási forrást lát abban, ha használt termékeket vesz

10-ből 7 európai

vesz napi fogyasztási cikkeket az így megtakarított pénzből

4-ből 1 európai

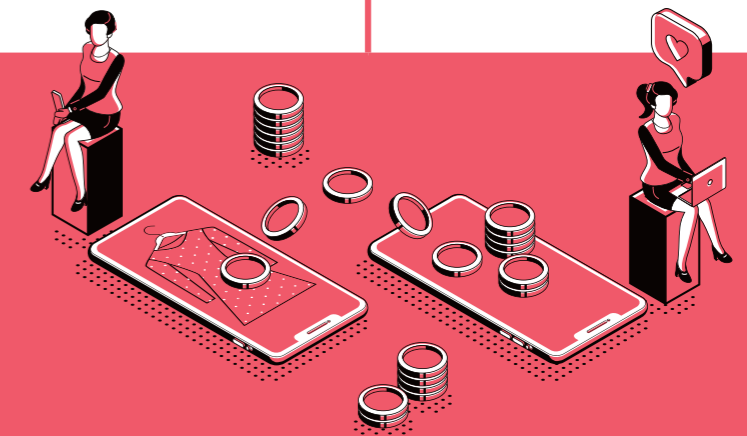
legalább havonta egyszer elad használt terméket

€77

a használt termékek eladásából származó átlagos havi bevétel

10-ből 6

50 év feletti európai inkább elajándékozza a használt tárgyakat, mintsem eladja őket



KÖRKÖRÖS GAZDASÁG, A GYAKORLATBAN

Cetelem Körkép

L'œil

által havonta bemutatott
mikrokezdeményezéseken keresztül

Készíti: Patrice Duchemin,
a Cetelem Körkép L'Œeil szerkesztője

KÖRKÖRÖS GAZDASÁG, AZ ÁTALAKULÁS ESZKÖZE

Miután a kiskereskedelem a körkörös gazdaságnak köszönhetően új lendületet kapott és megjelentek a fogyasztó-vállalkozók, akik a körkörösséget biztosítják, a feladat az, hogy biztosítva legyenek a kapcsolódáshoz és a kereskedéshez szükséges felületek.

A kereskedés szoros összhangban működik a különféle online platformokkal, piacterekkel és használatcikkos weboldallal, amelyek elősegítik az interakciót az azonos értékeket valló, a megosztást és újragondolást preferáló emberek között, akiket ugyanaz a késztetés ösztönöz: hogy felelősségteljesen, civil és polgári szerepvállalással cselekedjenek. A közösségi kiskereskedelem koncepciója hamarosan valósággá válhat.

A jövő már eljött.

A FOGYASZTÓ-VÁLLALKOZÓ MEGJELENÉSE

Hagyományosan a fogyasztót tekintjük a végső „pusztítónak”, aki a termék életciklusát lezárja azzal, hogy kidobja a terméket. A körkörös gazdaság fejlődésével a fogyasztók egyre inkább vállalkozóként tekintenek saját fogyasztásukra, és így egyre összetettebb szereplőkké válnak. Ez a fejlődés alapvető változást hoz a márkák és a kiskereskedők gyakorlatában.

A FOGYASZTÓ-VÁLLALKOZÓ CSAK ÁTALAKULÁS KÉRDÉSE

Ami így átalakul, az az egyén szerepe, tekintve, hogy a vásárlók egyre inkább alkalmi eladókká válnak. Átalakul a tudatosságuk is, mivel egyre inkább figyelembe veszik vásárlásaik környezetre gyakorolt hatását. És a vágyaik is átalakulnak azáltal, hogy lehetőségük van a nekik szánt termékek alakítására. A márkák és a kiskereskedők a fogyasztókat hagyományosan pusztán a vásárlóerő szempontjából vették figyelembe, most azonban kénytelenek felismerni, hogy az emberek egyre inkább el tudják adni

használt tárgyaikat, felelősségteljesebben vásárolnak, és felfedezték magukban a kreativitást. Mindez annak jele, hogy a fogyasztók nagyobb ellenőrzést kívánnak gyakorolni fogyasztásuk felett.

Nem születünk vállalkozónak a saját fogyasztásunkat illetően, hanem fokozatosan válunk azzá, ahogy a környezetünk az ilyen gyakorlatok szempontjából kedvezően alakul. Ennek a lehetőségnek viselkedéssé, sőt szokássá alakítása ma már minden márká és kiskereskedő küldetése közé tartozik.

VEVŐ ÉS ELADÓ EGYSZERRE

Hogyan ösztönözzék azon fogyasztók megjelenését, akik egyszerre vevők és eladók, sok kiskereskedő változtat a részlegei elrendezésén és termékei értékesítésének módján. Forradalom zajlik.

- Los Angelesben a **Redress** turkáló mostantól ruhatartó állványokat ad ki bére a vásárlóinak. Egy-egy állványon akár 50 eladásra szánt ruhadarab is elfér. A foglalás online történik, az ügyfelek szabadon megszabhatják saját árakat, megoszthatják a sítet barátaikkal, és hirdetést adhatnak fel a közösségi médiában.
- A **Kiabi** ruhakiskereskedés mostantól saját használtruha-részleget is működtet, ahol a vásárlók használt ruhákat vásárolhatnak, de leadhatják azokat

a ruhaneműket is, amelyekre már nincs szükségük. A ruhák nem kell, hogy a Kiabi márkától származzanak.

- Metzben, Lensben, Forbachban és Haguenau-ban a **Cora** hipermarketekben az **Easy Cash chain** üzletláncnal való együttműködésnek köszönhetően mostantól olyan részlegek működnek, ahol használt termékeket lehet vásárolni és eladni. Belgiumban a rocourt-i Cora hipermarketben a **Cash Converters**-szel közösen működik egy használtcikk vásárlására és eladására szakosodott terület.

Egyes kiskereskedők odáig mennek, hogy átváltási rendszert hoznak létre az eladott és a vásárolt termékek között, ezzel is ösztönözve a vevőket, hogy egyúttal eladókká váljanak.

- A **Redoute** nemrégiben indított egy weboldalt, amely lehetővé teszi, hogy a fogyasztók a régi tárgyaikat eladják. Az eladásokból származó bevételt utalvány formájában kapják meg, melyet a katalógusában szereplő termékekre lehet beváltani. Az új szolgáltatás **La Reboucle** néven vált ismertté.
- A Lille központjában megnyitott **Greendy Pact** üzletben a vásárlók leadhatják a már nem viselt ruháikat egy **Greendy** nevű virtuális valutáért cserébe, amelyet az online számlájukon jóváírnak, és az üzlet által összegyűjtött egyéb termékekre költhetnek.
- A **Redonner** nevű start-up magánszemélyeket jutalmaz az általuk felajánlott ruhákért. Mindössze annyit kell tenniük, hogy elviszik a tárgyakat egy újrahasznosító gyűjtőpontra, ott lefotózzák az árut, cserébe pedig **Re** pontokat kapnak, amely a start-up partnercégeinél kedvezményekre váltható az általuk forgalmazott márkákra.
- A **Veepee** a vásárlóit újrahasznosításra ösztönözve létrehozta a **Re-cycle** szolgáltatást, amely egy utalvánnyal jutalmazza a vásárlókat, ha egy adott márká ruháit vagy kiegészítőit visszaviszik. Az **Aigle** után a **Jennyfer** került a figyelem középpontjába. A **Veepee** **Re-cycle** szolgáltatásán keresztül az alig használt ruhák visszakörülnek a forgalomba, a többi ruhát pedig újrahasznosítják.



NAGYOBB TUDATOSSÁG

Minél inkább hozzájárulnak a fogyasztók a körkörös gazdasághoz, annál inkább tudatában lesznek a fogyasztással kapcsolatos ökológiai és társadalmi kérdéseknek. A fogyasztó-vállalkozóvá válás mindenekelőtt arról szól, hogy felelős fogyasztóvá váljunk.

- Egy stockholmi **H&M** áruházban egy **Loop** névre keresztelt gép működik, amely a vásárlók szeme láttára újrahasznosítja a ruhákat. A ruhákat kimossa, majd szálakra aprítja, szűri és gerebenezi, így új, szövésre kész fonalat kap.
- A **Simple Maps** alkalmazás egy térképet tartalmaz, mellyel a felhasználók megtalálhatják a közelükben lévő leginkább felelős egyesületeket, vállalkozásokat és éttermeket. Minél jobban védi egy szervezet a környezetet és támogatja a hulladékmentes eljárásokat, a rövid ellátási láncokat és a körkörös gazdaságot, annál inkább látható lesz a logója a térképen.
- A Le Mans melletti Evronban található **Super U** szupermarket a szerves hulladék értékének demonstrálására minden olyasmit, ami korábban a kukában végezte volna, komposztá alakít, melyet a vásárlók szabadon felhasználhatnak.
- Az **IKEA** és a fenntartható farmereket gyártó holland **Mud Jeans** összefogott, hogy 40%-ban újrahasznosított farmerből készült kanapéhuzatot kínáljanak. A huzat a Klippan modellhez való, amelyet a bútorbolt 1980 óta árul.



ÖTLETESEBB, MINT VALAHA

Az újrahaznosítás, az újbóli felhasználás, valamint a környezeti terhelés csökkentése nem csupán arra jó, hogy a fogyasztók a világ tudomására hozzák az általuk vallott értékeket, hanem ezáltal kifejezhetik kreativitásukat is. A fogyasztó-vállalkozók szemében az önkifejezés a kollektív érdekeket is szolgálhatja.

- A Pantinban működő **La Requincaillerie** ösztönzi az önellátást, valamint a nyersanyagok visszanyerését és újrafelhasználását. A helyszínen működik egy gyűjtőpont, egy bolt és egy műhely, a Fabricothèque, amely a helyi lakosok, egyesületek és intézmények számára is hozzáférhető.
- A **Super Marché** újrahaznosító márka összefogott a **Leboncoin**nal, és olyan kollekción dobott piacra, amely az utóbbin keresztül értékesített ruhákat használja fel. A ruhaneműket egy Lille-Saint-Denis-ben működő professzionális varró- és integrációs műhelyben állítják össze, az ebből származó nyereség 50%-át pedig a Fashion Revolution France humanitárius jótékonyági szervezetnek ajánlják fel.
- A **Blancheporte** csomagküldő vállalat a roubaix-i Plateau Fertile gyártóműhelyt vette igénybe, hogy új felhasználási módokat találjon az eladatlan vásznaknak. Táskák és táskakiegészítők készítésével teszi azokat ismét forgalmazhatóvá.

A körkörös gazdaság sikerét kihasználva kreatív szakemberek új koncepciókkal és anyagokkal állnak elő. A képzelet kerül a középpontba!

- Egy új párizsi bőrárú márka, az **Ashoka Paris** olyan táskákat tervez, amelyek részben szárított almahéjból készülnek. Az almahéjat porrá őrlik, majd pamuttal és poliészterrel keverik össze.
- Egy brit tervező, **Stella McCartney** nemrégiben dobta piacra első olyan ruhaneműit, amelyek gombából készültek és a bőrből készült táskákat hivatottak kiváltani.
- Belgiumban a **La Ressource** fenntartható drogéria személyre szabott egyéni foglalkozásokat kínál vásárlóinak, ahol megtanulják, hogyan készítsenek saját kozmetikumokat és tisztítószereket kevesebb mint 30 perc alatt.

restauráláson és átalakításon keresztül. A körforgás egyre fontosabbá válik.

A körkörös gazdaság a feje tetejére állította a hagyományos kiskereskedelmi gyakorlatot. Rengeteg lehetőséget kínál a kiskereskedők számára, hogy kitűnjenek az e-kereskedelemben érdekelt versenytársaikhoz képest, és olyan új élményeket kínálnak, amelyek kielégítik a vásárlók növekvő igényét a meglepetésekre. A körkörös gazdaság fantasztikus lehetőség a kiskereskedelem számára.



FELÚJÍTÁS

Ahhoz, hogy a termékek új életre kelhessenek, a márkáknak úgy kell tekinteniük boltjaikra, mint egy új történet kezdetére. Ez egyúttal lehetőség nyújt nekik arra is, hogy bemutathassák szaktudásukat.

- A **Weston** cipőgyártó **Weston Vintage** néven új részleget nyitott két párizsi üzletében, ahol a márka által felújított, de már nem forgalmazott modelleket kínál.
- Az **Eram** által létrehozott rendszerben az üzletekben elhelyezett suszterpadon bármelyik márka cipőjét felújítják, miközben a vásárlók végignézhetik a folyamatot. A cél, hogy életet vigyenek az üzletekbe, és bemutassák a szaktudásukat.
- **Bordeaux-ban**, a Darwin barnamezős területen található üzletében a **Veja** fenntartható cipőmárka suszterműhelyt hozott létre (használt cipők felújítására), valamint egy olyan részleget, ahol a már nem javítható cipőket gyűjtik és újrahaznosítják. Emellett prototípusokat, enyhén hibás cipőket, valamint korábbi kollektiókból származó lábbeliket kínálnak kedvezményes áron.



VISSZANYERT TERMÉKEK

A termékek élettartamának meghosszabbításának lényege, hogy a leselejtezett áruk visszakérüljenek a fogyasztás körforgásába. Ilyenkor a kiskereskedelem a közjó érdekében cselekszik, miközben saját know-how-ját is népszerűsíti.

- A **Jardiland** kiskereskedő a **Too Good To Go** alkalmazást használja az életük végéhez közeledő növények kedvezményes áron történő értékesítésére. Már mintegy 100 üzlete kínálja ezt a szolgáltatást.
- A hulladékellenes **Nous** élelmiszerbolt a szupermarketek által leselejtezett termékeket (rövid lejáratú idejű vagy sérült csomagolású áruk, „csúnya” gyümölcsök és zöldségek), valamint a felesleges termést átlagosan 30%-os kedvezménnyel kínálja.
- Hollandiában egy **Albert Heijn** áruház kezdeményezte, hogy a vevők adják le régi ruháikat egy automatizált gyűjtőpontra, cserébe 50 cent kedvezményt kapnak a vásárlásból. A rendszer az üvegvisszaváltás mintájára működik.
- A pazarlás megszüntetésére irányuló törekvés a kiskereskedőket arra is készítheti, hogy olyan üzleteket nyissanak, ahol a termékek visszavétele együtt jár a kreativitással.
- A **Body Shop** nemrégiben Dijonban, Marseille-ben és Anglet-ben nyitott üzleteket, amelyek az Activist Maker Workshop nevű új koncepcióra épülnek. Az üzletek egyik jellegzetessége, hogy használt bútorokat használnak a belsőépítészetben. A koncepciót először Londonban vezették be.
- A **Castorama** gyűjtőpontot működtet régi farmernadrágokhoz, melyekből akusztikai- és hőszigetelést készítenek. A programot a Le Relais nevű, professzionális újrahaznosításra szakosodott egyesülettel közösen működtetik.
- A **Kiabi** a környezetvédelmi kezdeményezése részeként három üzletében újrahaznosítható, használt textilből készült fogasokat tesz fel. Ezeket a későbbiekben újrahaznosítás céljából összegyűjtik.
- A **Hyundai** dél-koreai autógyár a **RE:Style** nevű ruházati kollekciónak megalkotásához a használati idejük végét elérő járművek légzsákjait, szélvédőit és egyéb alkatrészeit használja fel. A ruhákat a L'Eclairer és a Boon the Shop online áruházakon keresztül értékesíti.

A KISKERESKEDELEM MINT A KÖRKÖRÖSSÉG MOTORJA

A körkörös gazdaság kialakulása a kiskereskedelem szerepét is befolyásolja. A cél már nem csupán az értékesítés, hanem a termékkörforgás elősegítése, hogy azok élettartama a lehető leghosszabb legyen.

AZ ÚJ KIHÍVÁS AZ ÁRUFORGALOM KÖRÜL FOROG

Manapság a boltok értékesítési pontként és egyes esetekben élettérként funkcionálnak. A holnap boltjai azonban már olyan helyek lesznek, ahol az emberek kapcsolatba lépnek egymással, és ahol a termékek új életre kelnek. A fogyasztás, amely mindig is egyet jelentett a felhalmozással és „kihasználással”, egyre inkább a körforgás szinonimájává válik a felújítás, a bérbeadás által, de akár a „feltámasztás” szinonimájává is válhat a



JAVÍTÁS

Válaszként arra a gyanúra, hogy a márkák tervezett elavulást alkalmaznak, egyes láncok úgy döntöttek, hogy felajánlják az általuk értékesített termékek javításának lehetőségét, ezzel újfajta kapcsolatot teremtve vásárlóikkal.

- A **Jules** divatáru-kiskereskedő 13 üzletében kínál ruhajavító szolgáltatást. A hűségkártyával rendelkező vásárlók egy ingyenes javítást és két ingyenes szabászati szolgáltatást kapnak.
- Az **IKEA** már online is kínál pótalkatrészeket, így a vásárlók maguk javíthatják tönkrement bútoraikat, vagy átalakíthatják a régebbi bútorokat például új huzatok vagy asztallábak vásárlásával.
- A **King Jouet** kiskereskedő egy sor pótalkatrészt, kézikönyvet és használati utasítást árul, hogy a vásárlókat a játékok megjavítására ösztönözze a kidobás helyett.



BÉRBEADÁS

A bérbeadás lehet a fogyasztás azon formája, amely a leginkább megtestesíti a körkörös gazdaságot. Lehetővé teszi, hogy a terméket birtokba vegyük és használjuk, de csak ideiglenesen, hogy mások is használhassák majd.

- A **H&M** egyik stockholmi üzletében a vásárlók szoknyát és ruhát bérelhetnek a környezetbarát Conscious Exclusive kollekciónak. A programhoz csatlakozók ruhadarabonként 350 svéd korona (32 euró) ellenében egy hétre legfeljebb három darabot kölcsönözhetnek.
- A **Ligne Roset**-nél mostantól bútorokat is lehet bérelni, öt év elteltével vásárlási opcióval. A kölcsönzési szolgáltatás ingyenes tisztítást, illetve lakberendezői tanácsadást is magában foglal, aki segít a megfelelő bútorok kiválasztásában. Az ilyen bútorok visszavétele és felújítása lehetővé teszi a kiskereskedő számára, hogy a jövőben használt bútorokat is forgalmazzon.
- A **Twinset** olasz női divatmárka elindította a Pleasedontbuy nevű szolgáltatását, amely kizárólag különleges alkalmakra – ünnepekre, születésnapokra, állásinterjúkra – való ruhák bérbeadásával foglalkozik, ezzel főleg a Z-generációt célozva, amely eddig nem tartozott a fő ügyfélkörbe.
- Belgiumban a **Decathlon** hat üzletében teszteli a sportfelszerelések kölcsönzését. A We Play Circular nevű kínálat 40 000 áruféleséget tartalmaz, amelyek kölcsönzési ára az időtartam függvényében változik, és amelyeket a fogyasztók később meg is vásárolhatnak.

Cetelem Körkép
l'œil

L'œil, minden hétfőn ingyenes!

Iratkozzon fel!



Olvassa a L'œil legfrissebb híreit!





3

KIK ALAKÍTJÁK A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG JÖVŐJÉT?

A körkörös gazdaságot az új résztvevők megjelenése építi, nem utolsósorban az egyetlen termékfajtát vagy szolgáltatást kínáló, a használt és felújított termékek piacán működő szereplők. Ha a fogyasztók úgy látják, hogy a szerepek újraelosztása zajlik, maguk is igyekeznek majd maximálisan kihasználni a kialakult verseny előnyeit. A márkák és kiskereskedők számára sokféle lehetőség nyílik, hogy az ilyen fogyasztókat megszólítsák, ezek közül is leghatékonyabb a tartósságra és javíthatóságra vonatkozó garancia, valamint az innovációs lehetőségek.

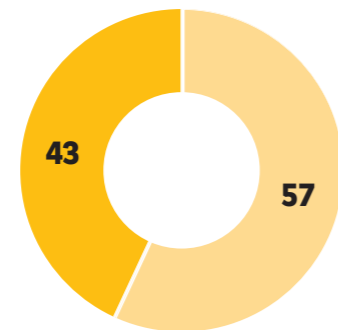
B2C ÉS C2C (CSAKNEM) FEJ FEJ MELLETT

Valamennyi kereskedelmi tranzakció felveti a résztvevők fontosságának és szerepének kérdését. A körkörös gazdaság kialakulásával ez a kérdés még fontosabbá válik, mivel felmerül, hogy a „hagyományos” szereplők, különösen a kiskereskedők és a márkák helyébe képesek-e új szereplők lépni.

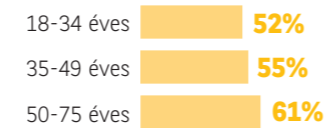
18. ábra

Az alábbi állítások közül melyik írja le legjobban az Ön véleményét? A körkörös gazdaság...
Százalékos arány

Elsősorban magánszemélyek közötti (közvetlen vagy online platformokon zajló) árucseréről szól: 43%



Elsősorban arról szól, hogy kiskereskedők és márkák árulják a termékeiket a fogyasztóknak: 57%



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

A KÖRKÖRÖS GAZDASÁG FOGALMA SZOROSAN KAPCSOLÓDIK A MÁRKÁKHOZ ÉS KISKERESKEDŐKHOZ

A körkörös gazdaság – nevezhetjük akár körkörös kiskereskedelemnek is – az érdekeltek három fő csoportját érinti: kiskereskedőket, márkákat és magánszemélyeket. Utóbbiak online platformokat használnak, ahol vásárlóként vagy fogyasztó-eladóként lépnek fel.

SZEREPLŐ/ ORSZÁG	TOP 1	TOP 2	TOP 3
Ausztria	Willhaben	Shpock	Refurbed (B2C)
Belgium	2dehands	Vinted	Backmarket (B2C)
Bulgária	Olx	Bazar	Remix (B2C)
Cseh Közt.	Bazos	Bazar	Vinted
Dánia	DBA	Trendsales	
Egyesült Királyság	Gumtree	Depop	Preloved
Franciaország	Leboncoin	Vinted	Backmarket (B2C)
Lengyelország	Olx	Vinted	
Magyarország	Jofogas	Willhaben	Remix (B2C)
Németország	Vinted	Quoka	Markt.de
Norvégia	Finn	Tise	
Olaszország	Subito	Swappie (B2C)	
Portugália	Olx	Custojusto	
Románia	Olx		
Spanyolország	Milanuncios	Wallapop	Vinted
Svédország	Blocket	Tradera	Swappie (B2C)
Szlovákia	Bazos	Bazar	Remix (B2C)

Az európaiak szemében a „hagyományos” eladók továbbra is valamivel jelentősebb, bár nem feltétlenül domináns szerepet játszanak. 57%-uk úgy véli, hogy a körkörös gazdaság elsősorban a márkák és a kiskereskedők által kínált termékek körül forog (18. ábra). A 30 év alattiak hajlamosabbak a magánszemélyek szerepét kiemelni, különösen az online platformok használata révén (48%, szemben az általános átlagos 43%-kal).

A LEGNAGYOBB INTERNETES FORGALMAT BONYOLÍTÓ, HASZNÁLT- ÉS FELÚJÍTOTT TERMÉKEKKEL KERESKEDŐ PIACI SZEREPLŐK*

- **Vinted** (főként Németországban, Belgiumban, Spanyolországban, Franciaországban, Lengyelországban és a Cseh Köztársaságban van jelen)
- **Willhaben** (Ausztria)
- **2dehands** (Belgium)
- **Milanuncios** (Spanyolország)
- **Leboncoin** (Franciaország)
- **Subito** (Olaszország)
- **Finn** (Norvégia)
- **Olx** (főként Bulgáriában, Lengyelországban, Portugáliában és Romániában van jelen)
- **Bazos** (főként a Cseh Köztársaságban és Szlovákiában van jelen)
- **Bazar** (főként Bulgáriában, a Cseh Köztársaságban és Szlovákiában van jelen)
- **Blocket** (Svédország)
- **Momox** (Németország, Ausztria)
- **Remix** (Kelet-Európa, felvásárolta a Thred Up amerikai cég)

* Első három helyezett a webes keresések száma alapján, forrás: C-Ways, Nextrends eszköz, 2021. december 7-i adatok.

LEHETŐSÉG A BESZERZÉSI FORRÁSOK DIVERZIFIKÁLÁSÁRA

A körkörös gazdaságban a verseny ugyanolyan erős, mint a lineáris gazdaságban. Ez különösen igaz, amikor vásárlásra kerül sor **(19. ábra)**. Az európaiak ugyanis azt állítják, hogy ugyanolyan valószínűséggel vásárolnak használt árut kiskereskedőtől vagy üzletből, mint magánszemélyek közötti („peer-to-peer”) adásvételi platformról (41%, illetve 39%). Az előbbit a románok, a bolgárok és a britek többsége részesíti előnyben. A németek és az osztrákok inkább az utóbbit kedvelik. A bolhapiacok és kirakodóvásárok, a használtcikk-értékesítés ősei a harmadik helyre szorultak (26%).

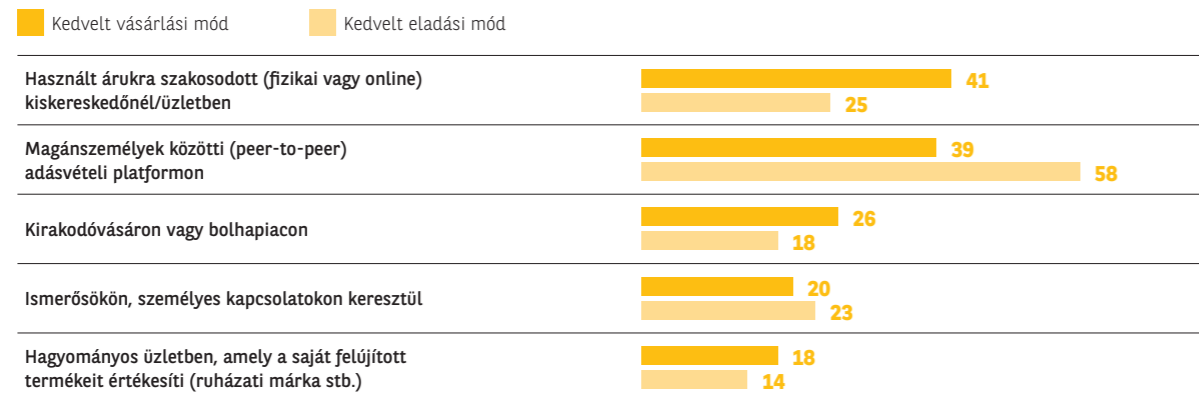
19. ábra

Általában hol vesz használtcikket, használt ruhát vagy anyagokat?

Általában hol ad el a használtcikket, használt ruhát vagy anyagokat?

Kérdés azokhoz, akik már vettek/adtak el használt terméket. Százalékos arány.

Két válaszlehetőség, összesen több mint 100%.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

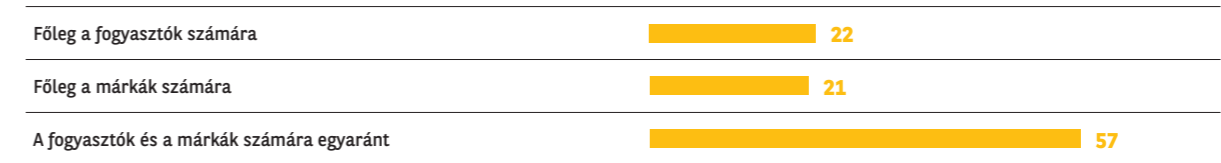
A dánok, a franciák és az olaszok kedvelik a legjobban ezeket a módszereket.

Ami az értékesítést illeti, sokkal egyértelműbb az online platformok előnye. Tízből hat európai ezt választja, amikor valami el akar adni, és csak negyedük részesíti előnyben a kiskereskedőkön és üzleteken keresztül történő értékesítést. Őket szorosan követi az ismerősök felé és személyes kapcsolatokon keresztül történő értékesítés. Az osztrákok, portugálok és svédok a legaktívabbak az online platformokon keresztül történő értékesítésnél, míg a belgák, a magyarok és az olaszok inkább a kiskereskedőkben és az üzletekben bíznak.

20. ábra

Egyes márkák visszavásárolják saját használt termékeiket a fogyasztóktól, majd felújítják és alacsonyabb áron értékesítik azokat. Ön szerint ez egy előnyös rendszer?

Százalékos arány.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

KÖLCSONÓS ELŐNYÖK

A kiskereskedésben és boltokban vásárló fogyasztók aránya csaknem megegyezik az online platformokon vásárlók arányával. Hasonlóan egyforma az arány, ha azt nézzük, hogy a fogyasztók és a márkák milyen előnyre tesznek szert a gyakorlatokból. Az európaiak 57%-a úgy véli, hogy a használt és felújított termékek viszonteladása mindkét fél számára egyaránt előnyös **(20. ábra)**. Mi több, a válaszadók ugyanolyan valószínűséggel gondolják, hogy a rendszer előnyösebb a fogyasztók számára (22%), mint a kiskereskedők számára (21%).

Összességében a vizsgált országok lakóinak több mint fele úgy véli, hogy az előnyök egyenlően oszlanak meg, leginkább a kelet-európaiak, a franciák és a portugálok vannak ezen a véleményen.

LEHETŐSÉG A MÁRKÁK ÉS KISKERESKEDŐK SZÁMÁRA

Milyen mozgásterük van a kiskereskedőknek és a márkáknak a körkörös gazdaságban, ahol a magánszemélyek közötti („peer-to-peer”) adásvételi platformok feltartóztathatatlan térnyerése zajlik, egy olyan kereskedelmi környezetben, ahol a fogyasztók szemében már nem a boltok állnak az első helyen? Vajon elkerülhetetlenül kipusztulnak-e, mint afféle kereskedelmi dinoszauruszok, akiket az online platformok által kilőtt aszteroida elpusztít, vagy képesek lesznek alkalmazkodni és túlélni a kereskedelmi darwinizmus világában? A jelen felmérés azt mutatja, hogy megvannak az új paradigmához való alkalmazkodáshoz szükséges tulajdonságaik.

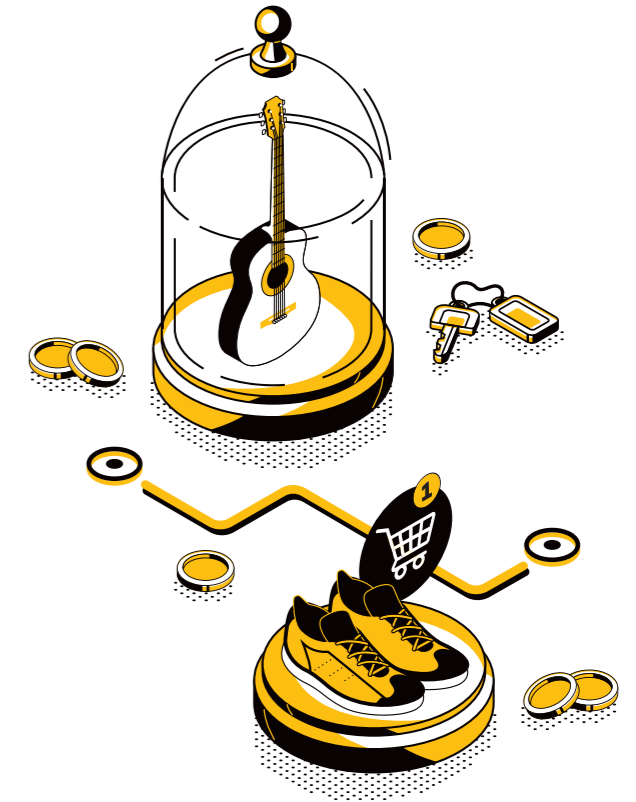
A TULAJDONHOZ VALÓ ERŐS KÖTŐDÉS

Ezen jellemzők elemzéséhez vissza kell nyúlnunk a kiskereskedelem alapjainak vizsgálatához. Bár a körkörös gazdaság a használt árukra és az újrahasznosításra helyezi a hangsúlyt, a tárgyak birtoklása továbbra is fényes jövő előtt áll. Négyből három európai kimondottan ragaszkodik a tulajdonlás gondolatához **(21. ábra)**. Ismét generációs különbség figyelhető meg: az idősebb válaszadók nagyobb értéket tulajdonítanak a birtoklásnak, mint a fiatalabbak. A svédek, a norvégok és különösen a szlovákok lelkesednek a legkevésbé a tulajdonért, míg a magyarok, a bolgárok, az olaszok és a románok a skála másik végén helyezkednek el.

AZ ÚJ TERMÉKEK VÁSÁRLÁSA TOVÁBBRA IS NÉPSZERŰ

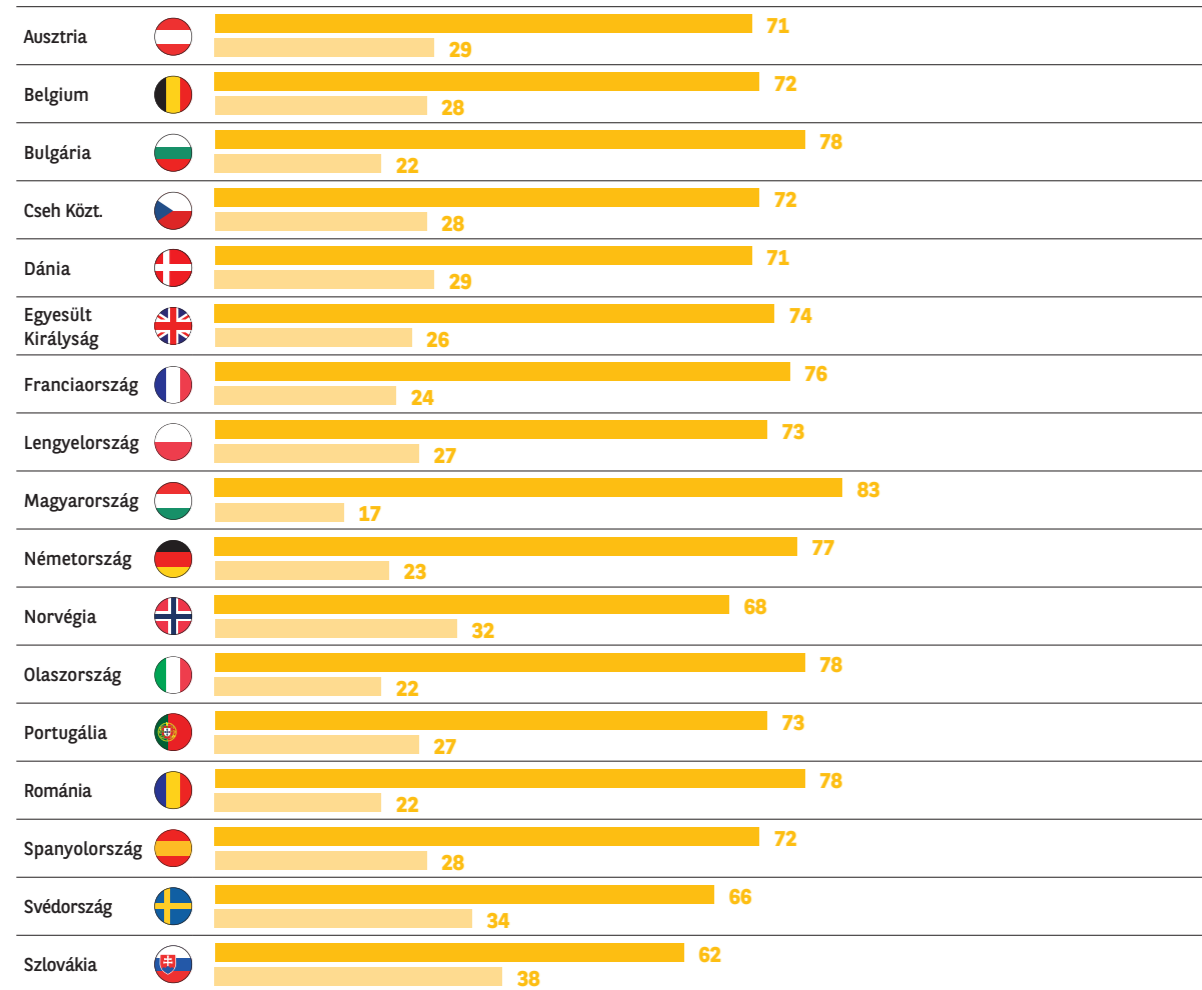
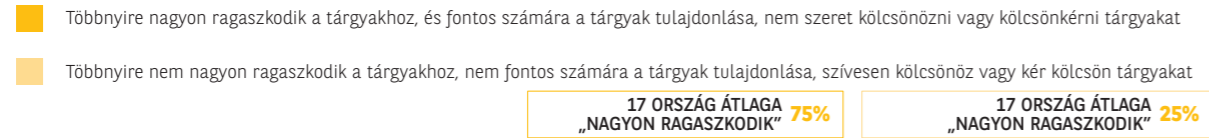
A kiskereskedelem egy másik alappillére, az új termékek vásárlása, él és virul. Termékkategóriától függetlenül az európaiak szívesebben vásárolják, mint bérlik a szóban forgó árucikkeket **(22. ábra)**. Ezzel együtt például a könyvek terén a válaszadók 36%-a szívesebben kölcsönöz, 33% pedig szívesen kölcsönöz videojátékot és játékkonzolt. Ezt az eredményt nagyrészt a könyveket és egyéb médiát kínáló könyvtárak létezése magyarázza. A válaszadók 30%-a szívesen kölcsönöz barkácseszközöket is, ami – az eszköz típusától függően – érthető választás, tekintve, hogy az emberek nem szokták naponta felújítani az otthonukat. És elég egy sétát tenni a városban, hogy megértsük, miért szeret 24% kerékpárt és robogót

bérelni. Ezzel szemben, bár a mobiltelefonok felújítása gyorsan fejlődő szegmens, az európaiak 92%-a még mindig inkább újonnan vásárolja ezeket.



21. ábra**Az alábbi állítások közül melyik írja le legjobban az Ön véleményét?**

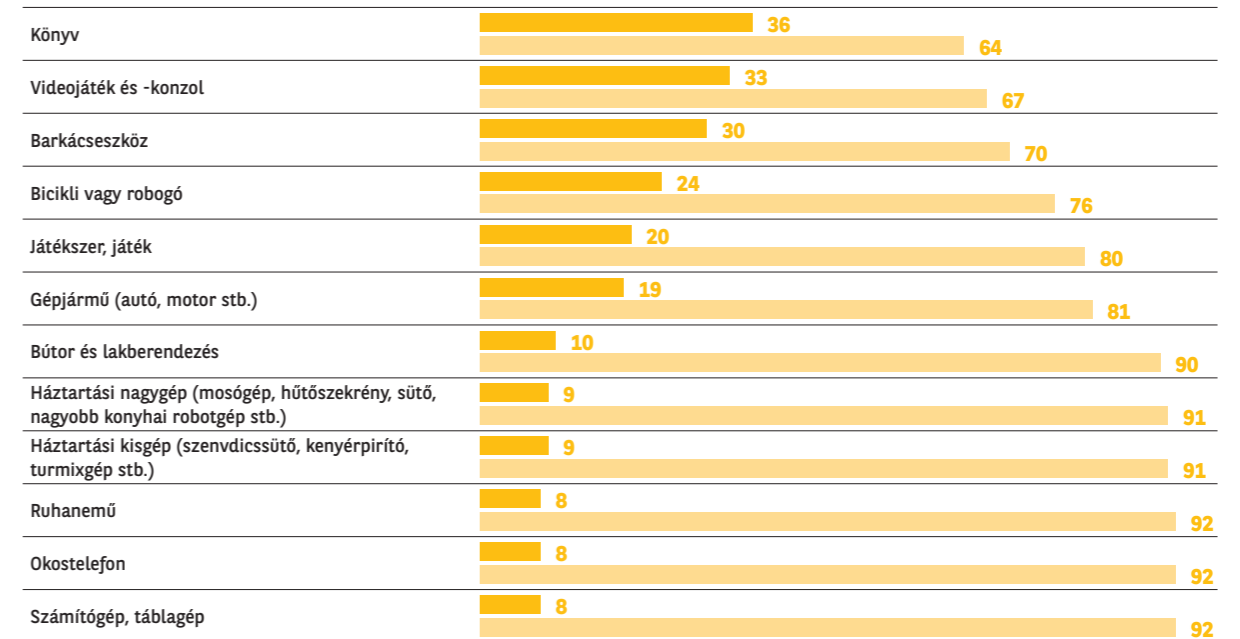
Százalékos arány.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

22. ábra**Az alábbi termékek esetén mit részesít inkább előnyben...?**

Százalékos arány.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

A GARANCIANYÚJTÁS LEHETŐSÉGÉT ÉRDEMES KIHASZNÁLNI

Azok a garanciák, amiket a kiskereskedők és a márkák tudnak adni, alapvető szerepet játszanak a fogyasztókkal kialakítandó, bizalmon alapuló kapcsolatban, amely aztán hozzájárul a fogyasztói hűséghez és a visszatérő vásárlók megnyeréséhez. Az európaiak e kérdésben mutatott véleménye meggyőzheti a cégeket, hogy ezen az úton haladjanak tovább. A válaszadók 30%-a szerint – az idősebbek körében pedig még nagyobb arányban – a garancia

hiánya az elsődleges ok, amiért nem vásárolnak használt terméket (**23. ábra**). E fenntartást leginkább a magyarok és a spanyolok vallják, míg a románok és a dánok a legkevésbé. Ezt követi az idegenkedés attól, hogy olyan terméket vásároljanak, amelyet már valaki más használt (26%), majd az új termék vásárlása iránti vágy (25%) következik. Az eredmények megerősíteni látszanak, hogy az európaiak továbbra is nagyon lelkesen fogadnak mindenféle újdonságot, a lehető legtágabb értelemben.

A HASZNÁLTRUHA-PIAC FELLENDÜLÉSE

A Boston Consulting Group által a Vestiaire Collective megbízásából hat országban (Németország, Spanyolország, Egyesült Államok, Franciaország, Olaszország, Egyesült Királyság és az Egyesült Államok) végzett és 2020 végén közzétett felmérésben a válaszadók 69%-a mondta azt, hogy több használt ruházati terméket szeretne vásárolni. 2019-ben, a koronavírus-járvány előtt a fogyasztók 25%-a vásárolt legalább egy használt terméket az év folyamán, ami világszerte évente 10 millió új vásárló megjelenését jelenti.

A globális használt textil- és ruházati piac becslések szerint 2020-ban 25 és 34 milliárd euró közötti értéket képviselt. Előrejelzések szerint 2025-ig évente 15-20%-kal fog növekedni, így eddigre a piac mérete megduplázódik, értéke 56 és 76 milliárd euró között lesz, amelynek 40%-át Európa adja*.

* Forrás: BCG tanulmány a Vestiaire Collective számára.

23. ábra

Ön nagyon ritkán, vagy soha nem vesz használt terméket. Mi ennek az oka...?

Százalékos arány. Kérdés azokhoz, akik soha vagy szinte soha nem vesznek használt terméket. Három lehetséges válasz, összesen több mint 100%.

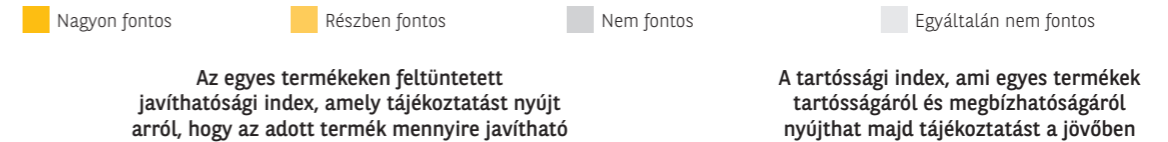
Nem bízik olyan használt termékben, amihez nem jár garancia.	30
Idegenkedik attól, hogy olyan terméket vagy árut vásároljon, amelyet már valaki más használt (pl. higiéniai okokból)	26
Szereti az új dolgokat	25
A használt termékek ára gyakran túl magas	24
Nem bízik a használt termékekben	23
Nem jut eszébe	19
Aggódik, hogy vitája lesz az eladóval, amit nem tud megoldani	13
Nem bízik a használt termékekben, még akkor sem, ha garancia van hozzá	12
Az online vásárlás és kiszállítás túl bonyolult	10
Túlságosan időigényes	5
Úgy érzi, hogy a használt termékek vásárlása megalázó	3

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

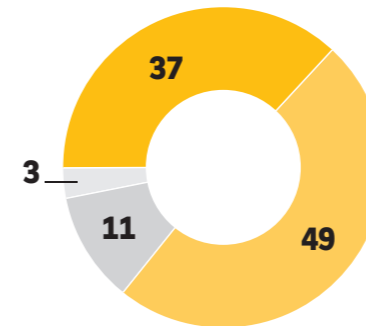
24. ábra

Az alábbi tulajdonságok fontosak-e az Ön számára a termék kiválasztásakor?

Százalékos arány.



Fontos: 86%

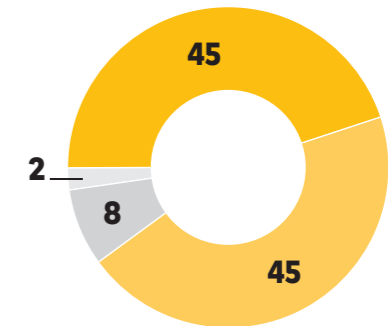


Nem fontos: 14%

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

A garancia iránti igényvel összefüggésben a márkák és kiskereskedők azzal is biztosíthatják a vevői hűséget, hogy eleget tesznek a magas elvárásoknak. A vevők 86%-a gondolja, hogy a javíthatósági index fontos vagy nagyon fontos tényező egy termék kiválasztásakor (24. ábra). Még meglepőbb, hogy 90%-uk tartaná fontosnak a tartóssági indexet, amely a termék robusztusságáról és megbízhatóságáról adna tájékoztatást. A két mutató közül az elsőt az olaszok és a portugálok

Fontos: 90%



Nem fontos: 10%

szinte egyöntetűen támogatják (94%), míg a dánok és a svédek kevésbé (76% és 77%). Ami a második mutatót illeti, ismét az olaszok és a portugálok a leginkább lelkesek a fenntartható és felelős kereskedelem iránt (95% és 97%), míg Észak-Európában ismét alacsonyabb elvárásokat találunk ezen a téren. Ennek oka talán az lehet, hogy bizonyos etikai normák betartása északon sokkal inkább magától értetődő.

A VEVŐK HAJLANDÓAK TÖBBET FIZETNI

A javíthatóságra és tartósságra vonatkozó szavatossági elvárások észrevehetően megjelenének a termékek árában is. Az európaiak tisztában vannak azzal, hogy a márkák és kiskereskedők felelősségteljesebb magatartásának ára van, de hajlandók ezt elfogadni. Tízből hét európai állítja, hogy hajlandó lenne többet fizetni az ilyen módon megjelölt termékekért **(25. ábra)**. A románok, a bolgárok és a magyarok egyértelműen támogatják (84%, 83%, illetve 80%), míg a franciák és a belgák valamivel kevésbé hajlandók a zsebükbe nyúlni (61%, illetve 63%). Generációs szempontból a 35 év alattiak közül 10-ből 8 hajlandó magasabb árat fizetni olyan termékért, amelyre hosszabb ideig számíthat.

25. ábra

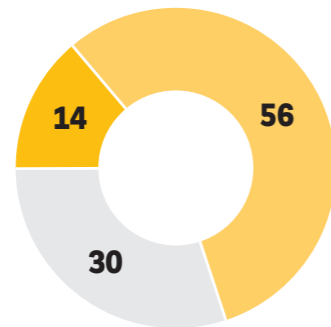
Hajlandó lenne többet fizetni olyan termékért, amin szerepel a javíthatósági és a tartóssági index?

Százalékos arány.

Igen, sokkal többet
Igen, kicsit többet
Nem

„Igen” részeredménye:

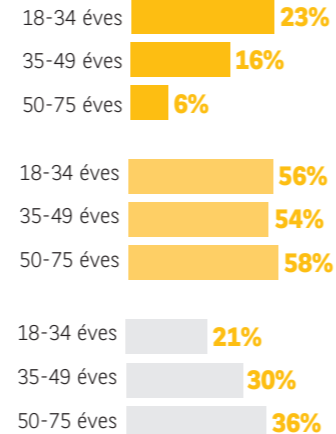
18-34 éves	79%
35-49 éves	70%
50-75 éves	64%



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

FELÚJÍTÁS: ISMERT ÉS ELFOGADOTT

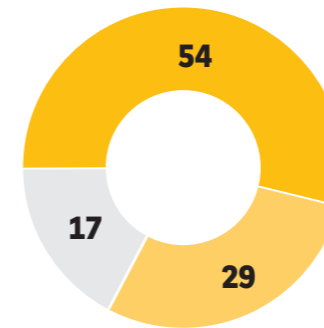
A felújított termékek, különösen a telefonok sikerét jelzi, hogy a fogyasztók mennyire fontosnak tartják a tartósságot és javíthatóságot. Távolról sem múló hóbortról van szó, mint ahogy azt korábban a körkörös gazdaság esetében láthattuk, hanem a jelenség fogyasztói környezet jól bevált részévé vált **(26. ábra)**. Tíz európai közül valamivel több mint nyolc hallott már róla, és kettőből egy érti is, hogy pontosan mi ez. Ez a tudatosság pedig nem ismer határokat. A latin országok, élükön Olaszországgal (10-ből 9) ismerik leginkább ezt a gyakorlatot. A csehek hallottak róla a legkevésbé, bár ez még így is 10-ből 7 embert jelent. Ezért a márkák és a kiskereskedők érdeke, hogy a lehető legtöbbet hozzák ki ebből a tudatosságból azzal, hogy felkarolják a termékek felújítását és kihasználják az abban rejlő szám előnyt.



26. ábra

Manapság már lehet olyan használt termékek venni, amit a kiskereskedő felújított és újszerű állapotba hozott, így használtcikként alacsonyabb áron tudja eladni. Hallott már ilyen termékről? Százalékos arány.

„Igen” részeredménye:
83%



Igen, és pontosan tudja is, hogy mi az
Igen, de nem tudja pontosan, hogy mi az
Nem

Forrás: Cetelem Körkép 2022.

HASÍT A FELÚJÍTOTT TERMÉKEK PIACA

OKOSTELEFONOK

A globális piac becsült értéke 2020-ban 20 milliárd euró volt. A várakozások szerint 2027-ig évente 8,5%-kal nő, és eléri a 35 milliárd eurót.

Forrás: Research and Market.

IMÁZSIAVÍTÁS ÉS GONDOSKODÁS A JÖVŐRŐL

Úgy tűnik, a fogyasztók kifejezetten pozitívan ítélik meg, hogy a márkák és a kiskereskedők beléptek a használtcikkpiacra, és a korábban már eladott termékek életciklusát meghosszabbítják. A lista első helyén 86%-kal áll az a vélemény, hogy a vállalatok ezt lehetőségként kezelik, hogy bizonyítsák innovációs érzéküket. Ebben a kérdésben minden megkérdezett ország egyetért, a leghatározottabban ismét az olaszok és a portugálok fejezték ki ezen véleményüket.

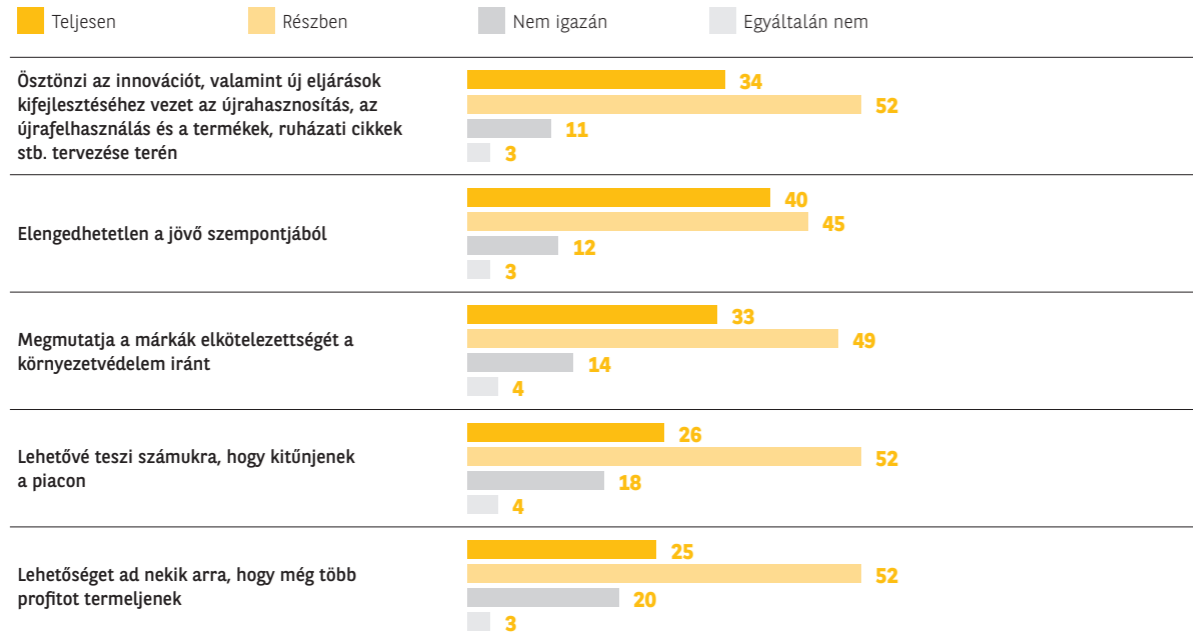
Az innováció és a jövő egyértelműen kéz a kézben jár. Az európaiak 85%-a úgy véli, hogy ez kiváló módja annak, hogy a márkák és a kiskereskedők felkészüljenek a közeljövőre **(27. ábra)**. Ebben a témában szintén elég nagy az egyetértés, és ugyanaz a két ország az elképzelés legbuzgóbb képviselője.

A rangsor harmadik helyén 82%-kal áll, hogy ez az eljárás elkötelezettséget mutat a környezetvédelem iránt. Közel azonos arányban (78% és 77%) válaszolják az emberek, hogy a termékfelújítás célja a versenytársak közül való kitűnés és a profittermelés. Mindkét kérdésben nagy a különbség az országok között. Ami az előbbit illeti, míg a portugálok 87%-a és a magyarok 86%-a látja úgy, hogy ennek köszönhetően a cégek kitűnhetnek a tömegeből, addig a németeknek csak 64%-a ért ezzel egyet. Ami pedig azt a felvetést illeti, miszerint többletbevételről van szó, a bolgárok 86%-a és a spanyolok 85%-a van ezen a véleményen, szemben a németek 62%-ával és az osztrákok 63%-ával.

27. ábra

Egyre több márka és bolt vásárol vissza használt termékeket, hogy új életre keltsék azokat. Véleménye szerint ez a megközelítés...?

Százalékos arány.



Forrás: Cetelem Körkép 2022.

FŐBB ADATOK

10-ből 6 európai

véli úgy, hogy a körkörös gazdaság elsősorban a márkák és kiskereskedők által kínált termékekről szól

4-ből 3 európai

ragaszkodik a tulajdonláshoz

10-ből 7 európai

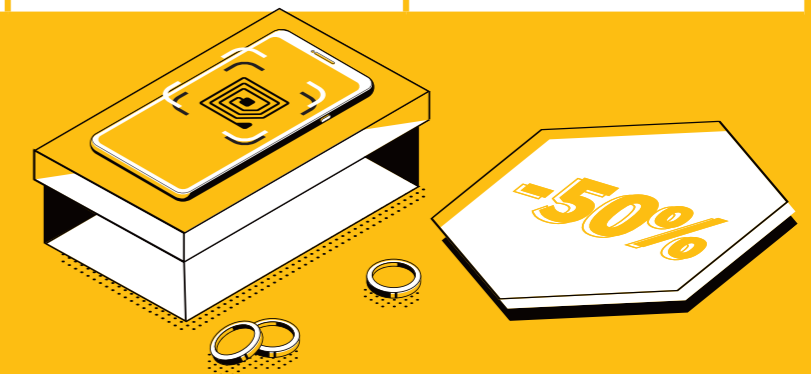
hajlandó többet fizetni olyan termékért, amelyen fel van tüntetve a javíthatóság és a tartósság

10-ből 4 európai

vásárolt már felújított terméket

10-ből 7 európai

olyan jövőt képzel el, ahol a körkörös gazdaság a kiskereskedők körül forog

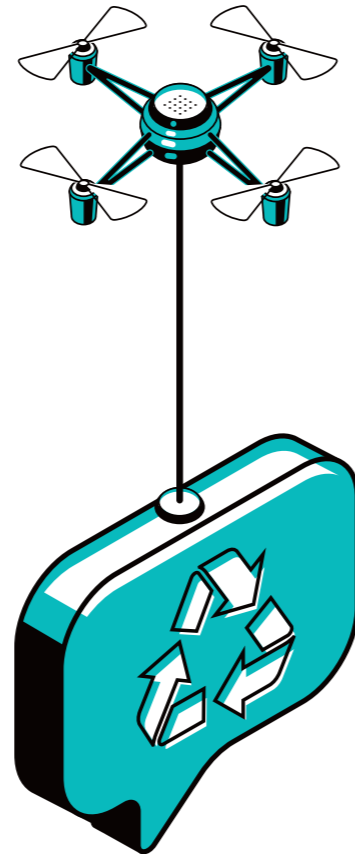


EPILOGUS

EGY OLYAN JÖVŐ, AHOL MINDENKINEK MEGVAN A MAGA SZEREPE

A körforgásos gazdaság nyilvánvalóan nagyon ígéretes fejlemény, és megnyitja az utat a fogyasztás átalakítása előtt. Jelentősége és gyakorlata folyamatosan növekszik. Számos vele kapcsolatos piac hihetetlen ütemben növekszik és a gazdaságot mozgató minden résztvevőnek aktív szerepe van ebben. E kérdésben az európaiak nem állítanak fel egyértelmű hierarchiát. Míg a legtöbben (38%) úgy vélik, hogy a használatcikkre szakosodott új szereplők vannak a legjobb helyzetben ahhoz, hogy a jövőt alakítsák, csak kicsit kevesebben (34%) mondják azt, hogy a hagyományos márkák és kiskereskedők is jelentősen hozzájárulnak a jövő meghatározásához. A felmérés egyik legfontosabb tanulsága, hogy az európai emberek új, vállalkozói szerepet töltenek be saját fogyasztásuk kapcsán, és ezt a szerepet a válaszadók 28%-a tekinti meghatározónak a jövő szempontjából.

A körkörös gazdaság még távolról sem ért a végére annak, hogy az európai fogyasztás minden kulcsfontosságú területén minden motivációs forrást és érdekeltséget befolyásoljon.



ORSZÁGOK ADATLAPJAI



AUSZTRIA • BELGIUM • BULGÁRIA • CSEH KÖZTÁRSASÁG • DÁNIA • EGYESÜLT KIRÁLYSÁG
 • FRANCIAORSZÁG • LENGYELORSZÁG • MAGYARORSZÁG • NÉMETORSZÁG • NORVÉGIA •
 OLASZORSZÁG • PORTUGÁLIA • ROMÁNIA • SPANYOLORSZÁG • SVÉDORSZÁG • SZLOVÁKIA



Ausztria

A körkörös gazdaságot minden ötödik osztrák egyértelműen beazonosítja, de úgy tűnik, hogy országukban ez kevésbé kiterjedt, mint például a szomszédos Németországban. Így nem meglepő, hogy a válaszok alapján az osztrákok az európai átlagnál kevésbé gyakran vásárolnak használtcikket. Ez még inkább igaz a legfiatalabb korosztályra, akik e tekintetben eltérnek a többi 18-34 éves európaítól. Bár az osztrákok kerülnek a használt áruk vásárlását, úgy tűnik, hogy szomszédaiknál lelkesebben hosszabbítják meg tárgyak életciklusát azáltal, hogy továbbértékesítik azt.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



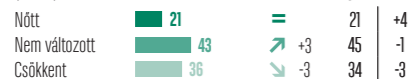
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



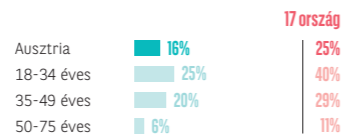
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

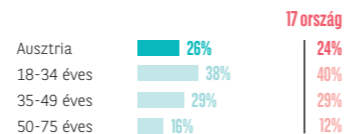


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

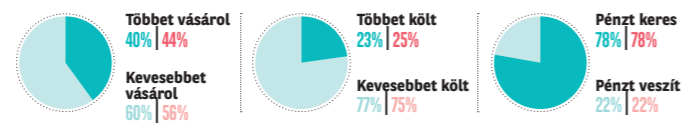


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

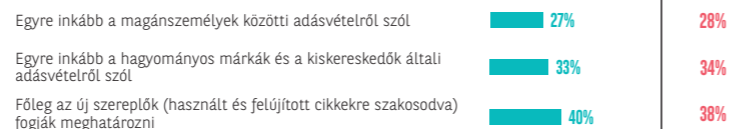


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Belgium

A szomszédos Franciaországhoz hasonlóan a belga fogyasztók is úgy vélik, hogy a körkörös gazdaság kellően kiterjedt és fejlett az országban. Így a belgák hajlandósága a használt termékek vásárlására és eladására közel áll az európai átlaghoz, a fiatalok pedig élen járnak e téren. Ennek egyik következménye, hogy 4-ből 3 belga a pénzkeresés egy módját látja ebben a gyakorlatban. A válaszadók többsége – a kontinensen mért átlaghoz hasonló pontszámmal – úgy véli, hogy ez a piac a jövőben főként az új szereplőkre támaszkodik majd.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



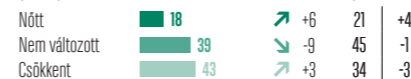
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

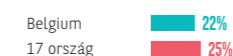


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



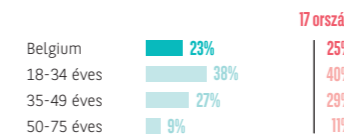
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

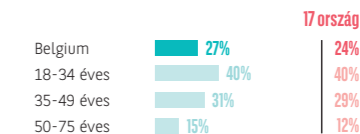


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

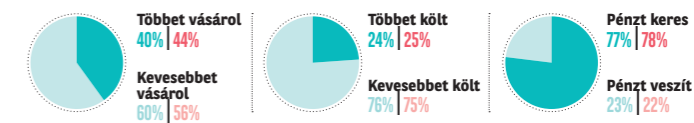


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

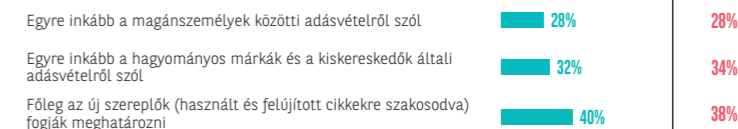


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...





Bulgária markánsan különbözik Európa többi részétől. Ebben az országban a körkörös gazdaság még mindig fejletlen, és a népességnek csak kis része érti a fogalmat. A használt áruk eladását csak kevesen gyakorolják. Állításuk szerint azonban a bolgárok ugyanannyi, ha nem több használt árut vásárolnak, mint az európaiak átlaga. Más népeknél nagyobb valószínűséggel érzik úgy, hogy ez a gyakorlat több fogyasztásra ösztönzi őket. Véleményük szerint a márkák nagyon jól értik ezt a dinamikát, és a jövőben ők lesznek azok, akik a körforgásos gazdaság élére állnak.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



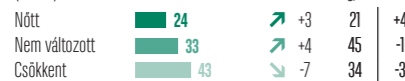
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



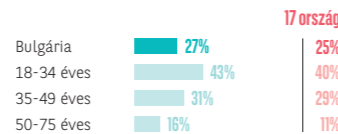
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

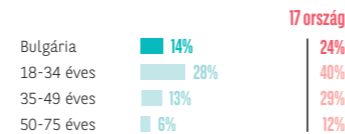


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

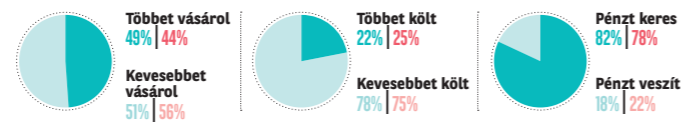


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

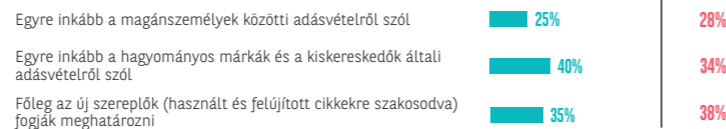


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



A Kelet-európai szomszédaihoz hasonlóan a Cseh Köztársaságra is jellemző, hogy a körkörös gazdaság nehezen tud gyökeret verni. Fiatalok és idősek egyaránt csak részben tették magukévá a használtcikk adásvételének gondolatát (bár az előbbiek kicsit többet próbálkoznak, mint az utóbbiak). Más európaiaknál határozottabban vallják, hogy a körkörös gazdaságban az emberek kevesebbet vásárolnak és kevesebbet költenek. Így a cseh körkörös gazdaság virágzásához talán új szereplők piacra lépésére lesz szükség.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



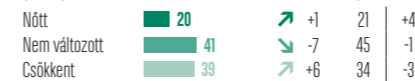
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

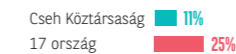


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



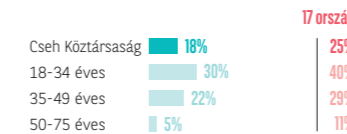
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

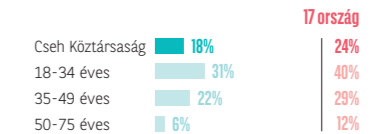


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

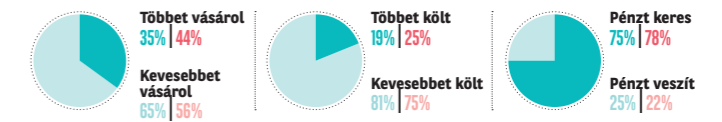


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

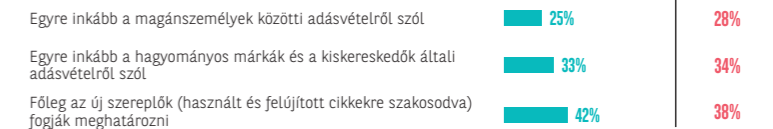


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...





Dánia

Dánia bizonyos értelemben diktálja a trendet a körkörös gazdaság terén: a lakosság több mint fele véli, hogy a körkörös gazdaság kiterjedt az országban. Amikor saját szokásairól kérdeztük őket, a dánok megerősítették ezt a megállapítást: szomszédaiknál nagyobb arányban vesznek és adnak el használt termékeket. A dánok a többi európainál nagyobb mértékben vélik úgy, hogy a körkörös gazdaság fejlődése következtében kevesebbet vásárolnak, viszont többet költenek, így végső soron pénzt veszítenek. Úgy vélik, hogy ezt a gazdaságot nem annyira az egyének közötti kereskedelem, mint inkább a vállalkozásoknak köszönhető intézményesülés fogja mozgatni.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



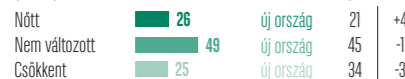
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



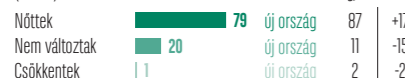
Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

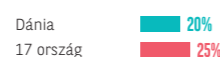
2020 (2019-hez képest)	2021 (2020-hoz képest)	2022 (2021-hez képest)
-1.2%	+7.2%	+5.5%

Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



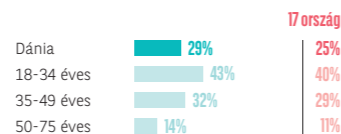
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

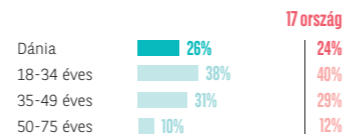


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

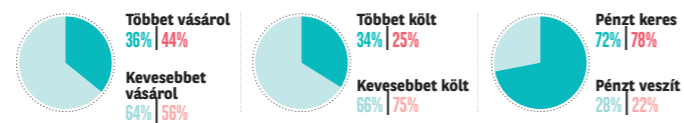


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

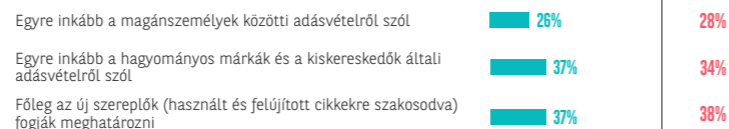


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Egyesült Királyság

Az Egyesült Királyságban a körkörös gazdasággal kapcsolatos ismeretek korlátozottabbak, mint a kontinensen fekvő észak-európai társainál, a fejlődés viszont itt előrehaladottabbnak tűnik. A körkörös gazdaság eljárásait az 50 év alatti britek erősen magukénak érzik, ami arra utal, hogy az Egyesült Királyság termékeny talaj a rendszer fejlődéséhez. Ez várhatóan elsősorban a hagyományos márkákön és kiskereskedőkön keresztül fog megvalósulni.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



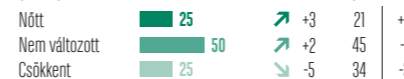
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

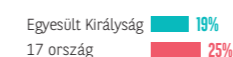
2020 (2019-hez képest)	2021 (2020-hoz képest)	2022 (2021-hez képest)
-9.8%	+10.3%	+7.3%

Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



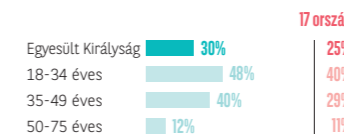
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

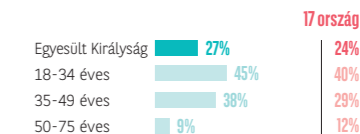


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

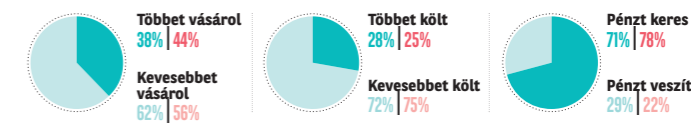


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

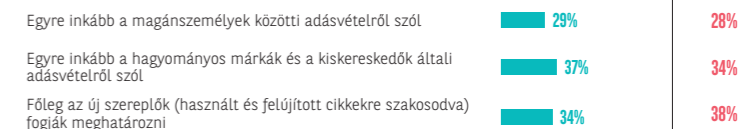


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Franciaország

Franciaországban a körkörös gazdaságra vonatkozó ismeretek viszonylag széles körben elterjedtek. Az átlagosnál jellemzőbb az a megítélés, hogy a rendszer fejlett, és a franciák nagyobb valószínűséggel mondják azt is, hogy szoktak használt terméket venni és eladni. A használtcikk-piac nemcsak a fiatalabbak, hanem a 35-49 évesek számára is vonzó. Következésképpen a franciák az átlagosnál nagyobb valószínűséggel tekintenek rá pénzkereseti lehetőségként. És bár arra számítanak, hogy a piacot a jövőben várhatóan a vállalkozások fogják vezetni, a lakosság több mint egyharmada úgy véli, hogy a magánszemélyek közötti kereskedelem fontos szerepet fog játszani.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



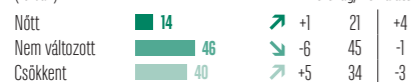
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

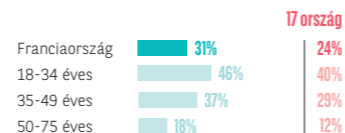


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

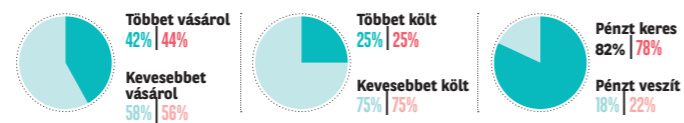


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

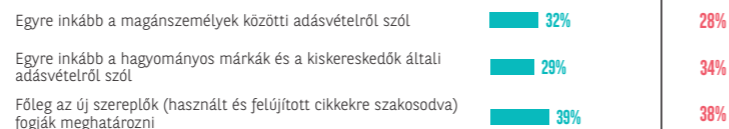


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Lengyelország

A lengyelek hozzáállása a körkörös gazdasághoz azt mutatja, hogy a koncepció és a hozzá kapcsolódó gyakorlatok között valamennyire még választóvonal húzódik. Bár csak egy kis kisebbség állítja, hogy tudja, mit jelent a körkörös gazdaság kifejezés, közben sokkal többen alkalmazzák a gyakorlatot, legyen az akár használt termékek vásárlása vagy értékesítése. Az a meggyőződés áll a háttérben, hogy ezek az új szokások több vásárlásra és több költségre ösztönzik az embereket. A lengyelek szerint mindez a márkák és a kiskereskedők előnyére válik, akik a jövőben uralni fogják ezt a piacot.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



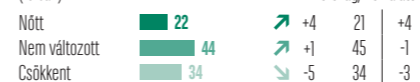
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

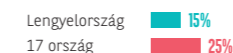


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

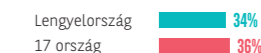
A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



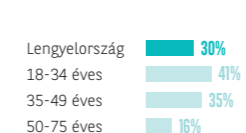
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

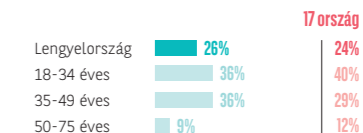


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

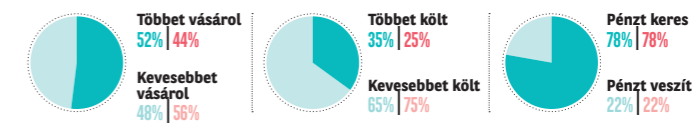


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

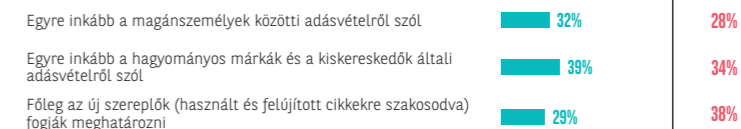


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Magyarország

A Magyarországon kapott eredmények jellemzőek a kelet-európai országok tömbjében megfigyelhető tendenciákra: az emberek csak korlátozottan értik a körkörös gazdaságot és annak fejlettségi szintjét. A fiatalabbak körében a lelkesedés hiánya még szembetűnőbb, mint az idősebbek körében. Igaz, hogy a fiatalok szüleiknél és nagyszüleiknél nagyobb valószínűséggel vesznek részt használt áruk adásvételében, azonban ennek szintje továbbra is jóval alacsonyabb, mint a kontinens más fiataljainál mért értékek. Ami a jövőt illeti, a magyarok kevésbé bíznak abban, hogy új szereplők lépnek be a piacra, mint a hagyományos márkák és kiskereskedők kínálatának bővülésében.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



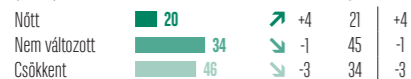
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

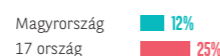


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



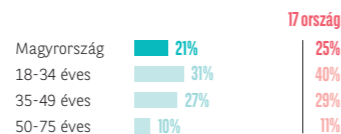
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

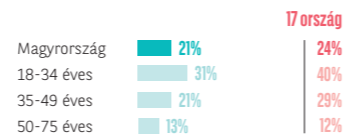


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

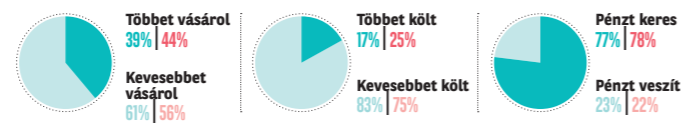


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

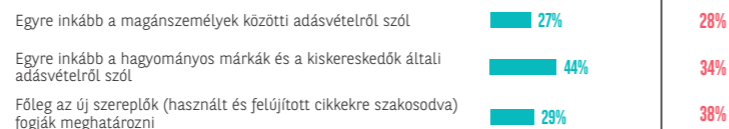


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Németország

A németek tisztában vannak a körkörös gazdaság fogalmával. Az átlag európainál nagyobb valószínűséggel érzékelik úgy, hogy az országukban elterjedt ez a jelenség. Ennek egyik fő oka, hogy a fiatal németek sokkal nagyobb valószínűséggel számolnak be arról, hogy rendszeresen vásárolnak és adnak el használt árukat, mint a szomszédos országok lakói. Más európai országokhoz hasonlóan a németek többsége az így megszerezhető plusz bevételt tekinteli elsődlegesnek, és úgy véli, hogy a jövőben a körkörös gazdaságot elsősorban új, erre szakosodott szereplők fogják mozgatni.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



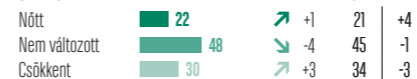
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

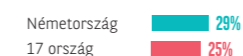


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



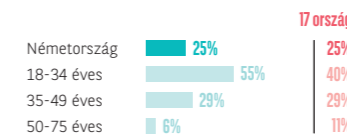
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

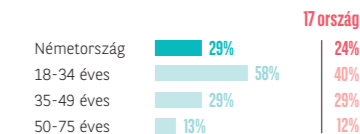


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

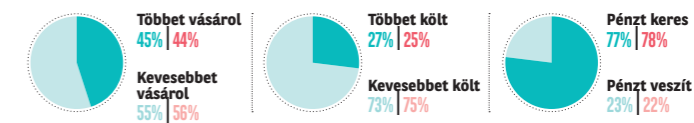


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

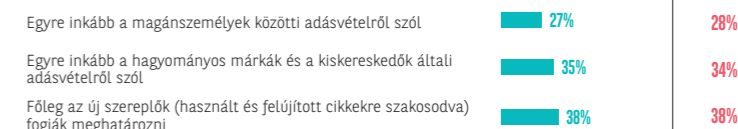


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Norvégia

Norvégia lakosai jól ismerik a körforgásos gazdaságot, és úgy vélik, hogy országukban elterjedt ez a gyakorlat. Bár a pontszámok szerint az európai átlaghoz közel áll a használtcikk-adásvételük, meg kell jegyezni, hogy a norvégok a körkörös gazdaság fejlődését kevésbé társítják a fogyasztói szemlélettel, mint máshol. Más skandináv országokhoz hasonlóan a norvégok többsége úgy véli, hogy a körkörös gazdaság fejlődését a jövőben elsősorban új, erre szakosodó szereplők fogják irányítani.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



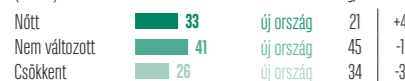
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



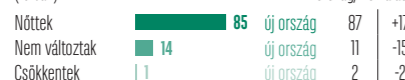
Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

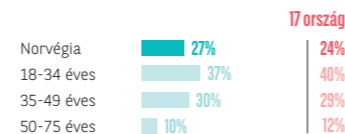


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárolt használt terméket (% legalább havonta egyszer)

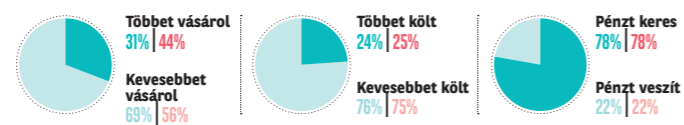


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

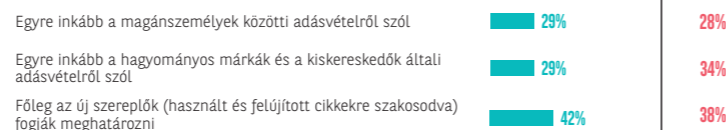


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Olaszország

Bár az olaszok több mint egyharmada állítja, hogy pontosan tudja, mi a körkörös gazdaság, szomszédaiknál kisebb valószínűséggel mondják, hogy az ágazat elterjedt az országukban. Ennek eredményeképpen még a 18-34 éves korosztályban is alacsonyabb az európai átlagnál azoknak az aránya, akik saját bevallásuk szerint használt termékek adásvételében vesznek részt. Az olaszok abban tűnnek ki, hogy úgy látják, a körkörös gazdaság fejlődése lehetővé teszi számukra, hogy többet vásároljanak, de pénzt is keressenek. Ezen pontokat szem előtt tartva arra számítanak, hogy a következő években a körkörös gazdaság fő hajtóerejévé válnak az erre szakosodó új szereplők.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



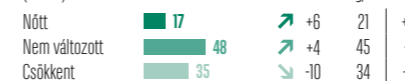
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



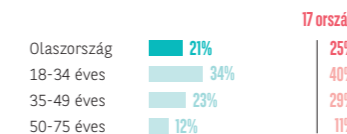
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

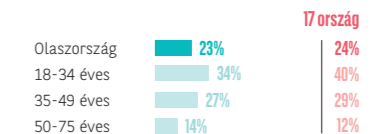


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárolt használt terméket (% legalább havonta egyszer)

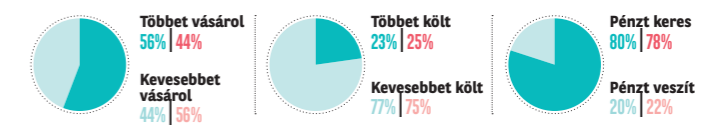


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

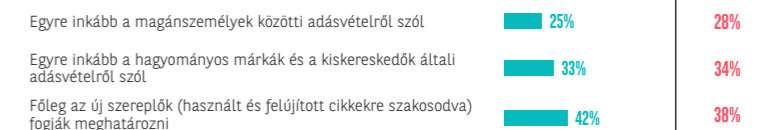


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Portugália

Portugáliát még nem hódította meg a körkörös gazdaság. Kevésbé értik a koncepciót, és az kevésbé elterjedt, mint más országokban, miközben a használtcikk adásvétele is kevésbé jellemző. A körkörös gazdaság iránti közömbösség egyik magyarázata az lehet, hogy a portugálok a fogalmat a pénzügyi óvatossággal társítják, amit az is tükröz, hogy a portugálok szerint ez a rendszer elsősorban kevesebb vásárlásra és kevesebb költségre ösztönzi az embereket. A jövőt illetően azonban a portugálok arra számítanak, hogy ezek a gyakorlatok elsősorban az új szereplők megjelenése révén terjednek majd el, akik lendületet adnak az ágazatnak.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



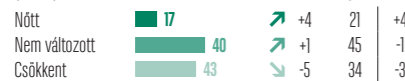
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

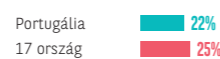


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



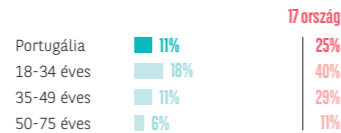
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

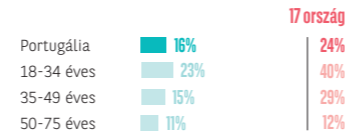


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

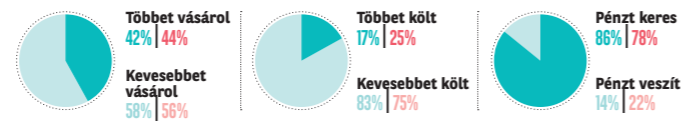


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

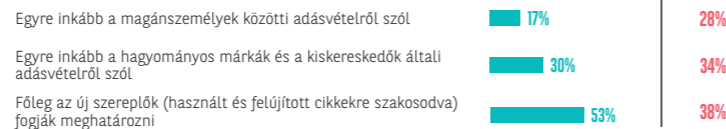


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Románia

Románia egyike azon kelet-európai országoknak, ahol a körkörös gazdaságot mint fogalmat kevésbé értik, de a gyakorlat mégis jelen van. A használtcikk vásárlása Romániában valójában elterjedtebb, mint Európa többi részén, nem utolsósorban azért, mert így tudnak többet vásárolni még szűkös költségvetés mellett is. A használt tárgyak eladása azonban sokkal kevésbé népszerű, különösen a 35 év felettiek körében.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



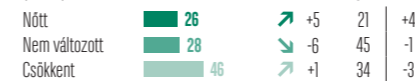
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása



Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



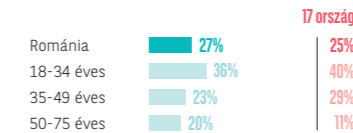
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

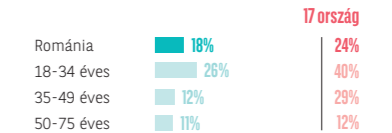


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárol használt terméket (% legalább havonta egyszer)

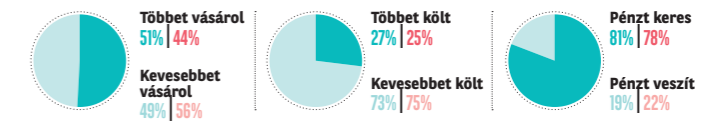


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

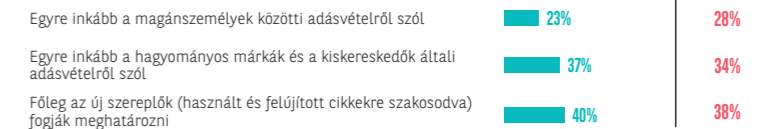


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Spainyország

A szomszédos Portugáliához hasonlóan Spanyolország is azon országok közé tartozik, ahol a körkörös gazdaság még nem terjedt el széles körben, azonban az országban az átlagnál jobban megértik a fogalmat. A gyakorlatban viszont úgy tűnik, hogy a spanyolokat nem érdekli különösebben a fogyasztás e formája. A spanyolországi fiatalok sem kivételek, mert bár lelkesebbek, mint az idősebbek, mégis messze elmaradnak a többi európai fiattaltól e tekintetben.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



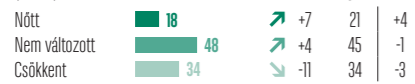
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

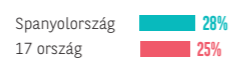


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



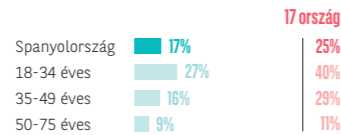
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

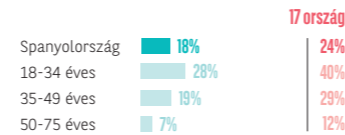


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárolt használt terméket (% legalább havonta egyszer)

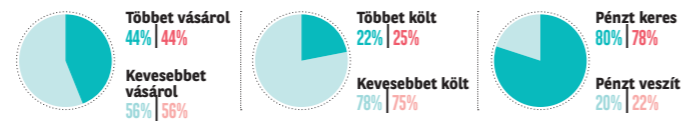


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

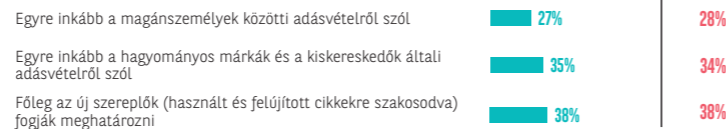


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...



Svédország

Úgy tűnik, Svédországban – skandináv szomszédaihoz hasonlóan – kimondottan elterjedt a körkörös gazdaság, ugyanakkor a használt termékek adásvételével kapcsolatos magatartás az európai átlaghoz közelít. A fiatal svédek azonban, ahogy az európai fiatalok általában, sokkal nagyobb valószínűséggel alkalmazzák ezeket a gyakorlatokat, mint az idősebbek, mivel úgy vélik, hogy ez lehetővé teszi az erkölcsösebb fogyasztást (kevesebb vásárlás és költségek, de több bevétel). A svédek szerint ez a piac kiváló lehetőségeket kínál majd a jövőbeli új szereplőknek, akik ma még nincsenek jelen.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



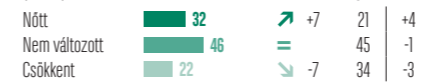
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

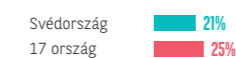


Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



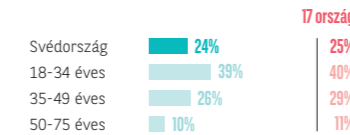
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült

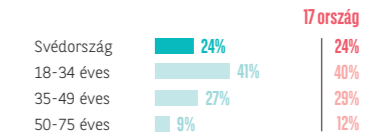


A használtcikk-piacon való részvétel

Rendszeresen vásárolt használt terméket (% legalább havonta egyszer)

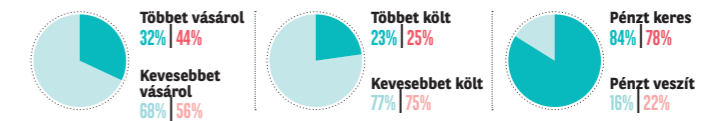


Rendszeresen ad el használt terméket (% legalább havonta egyszer)

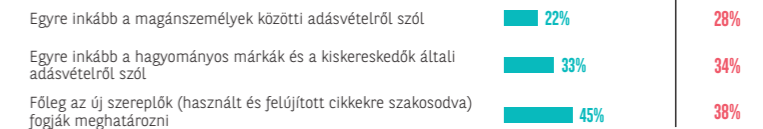


A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...





Szlovákia

Szlovákia kivételt képez Európában, sőt a kelet-európai országok között is. A körkörös gazdaság itt kevésbé ismert és kevésbé elterjedt. Ezt a sajátosságot tükrözi a szlovákok használtcikk-adásvételi kedve, amely sokkal inkább hiányzik, mint máshol Európában. Bár csak egy kisebbség vallja, hogy a körkörös gazdaság miatt az emberek pénzt veszítenek, érdemes megjegyezni, hogy ez a nézet Szlovákiában sokkal elterjedtebb, mint a kontinens többi részén.

A BAROMÉTER Cetelem KÖRKÉP

Az ország helyzetének megítélése (2022)

Hogyan jellemezné országát jelenlegi általános állapotát egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



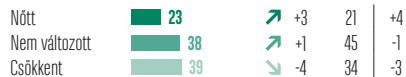
Saját helyzet megítélése (2022)

Hogyan jellemezné saját jelenlegi körülményeit egy 1-től 10-ig terjedő skálán? 1 év alatt



Vásárlóerő megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban mi jellemezte leginkább az Ön vásárlóerejét? (%-ban) 17 ország, 1 év alatt



Árak változásának megítélése (2022)

Az elmúlt 12 hónapban Ön szerint az árak általánosságban... 17 ország, 1 év alatt



Gazdasági helyzet

Az egy főre jutó GDP változása

2020 <small>(2019-hez képest)</small>	2021 <small>(2020-hoz képest)</small>	2022 <small>(2021-hez képest)</small>
-2.1%	+8.2%	+8%

Forrás: IMF (2021 októberi előrejelzés)

Körkörös gazdaság

Szlovákia
17 ország

A körkörös gazdaság ismerete

Azon emberek aránya, akik pontosan tudják, hogy mi az



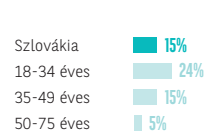
A körkörös gazdaság kiépültségének megítélése

Azon emberek aránya, akik szerint jól kiépült



A használtcikk-piacon való részvétel

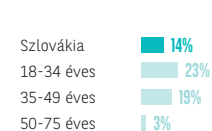
Rendszeresen vásárolt használt terméket
(%, legalább havonta egyszer)



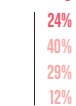
17 ország



Rendszeresen ad el használt terméket
(%, legalább havonta egyszer)

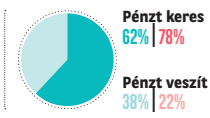
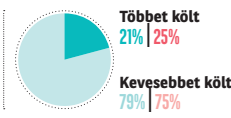
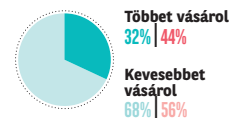


17 ország



A körkörös gazdaság hatása a fogyasztásra

A körkörös gazdaság gyakorlatának terjedésével Ön...?



A körkörös gazdaság jövője...

17 ország

Egyre inkább a magánszemélyek közötti adásvételről szól



Egyre inkább a hagyományos márkák és a kiskereskedők általi adásvételről szól



Főleg az új szereplők (használt és felújított cikkekre szakosodva) fogják meghatározni



MÓDSZERTAN



A Harris Interactive **2021. november 5-19.** között az alábbi **17 országban** végzett **kvantitatív** interjúkat a fogyasztókkal: Ausztria, Belgium, Bulgária, Cseh Köztársaság, Dánia, Franciaország, Magyarország, Németország, Olaszország, Norvégia, Lengyelország, Portugália, Románia, Spanyolország, Svédország, Szlovákia, Szlovákia, Németország, Norvégia, Svédország és az Egyesült Királyság.

Összesen 15 800 személyt kérdeztek meg az interneten keresztül (CAWI-módszer). 18 és 75 év közötti vizsgálati személyek az egyes országok reprezentatív nemzeti mintáiból kerültek ki. A minta reprezentativitásának biztosítása érdekében kvótamódszert alkalmaztak (nem, kor, lakóhely szerinti régió, társadalmi és szakmai kategória/jövedelem). Franciaországban 3 000, a többi országban pedig 800 interjú készült.

Társszerző: Luc Charbonnier és a C-Ways
Koordináló szerkesztő: Patricia Bosc
Tervezés: © Altavia Cosmic
Illusztrációk: Altavia Cosmic, Shutterstock

ELŐREJELZÉS CÉLJÁVAL KÉSZÜLT TANULMÁNY

Kövesse a Cetelem Körkép legfrisebb híreit
a következő weboldalon:

www.observatoirecetelem.com



@obs_cetelem

LinkedIn  YouTube 

Cetelem **KÖRKÉP**

