



GLI ITALIANI E GLI OCCHIALI DA SOLE
Istituto Piepoli per Commissione Difesa Vista

Sintesi dei risultati della ricerca

- L'Istituto Piepoli ha effettuato per conto della Commissione Difesa Vista, un sondaggio mediante esecuzione di 1.000 interviste telefoniche con sistema C.A.T.I. su un campione rappresentativo della popolazione italiana dai 18 anni in su, opportunamente segmentato per Grandi Ripartizioni Geografiche e Ampiezza Centri. Le interviste sono state effettuate tra il 7 e il 14 maggio 2004.
- Da un lato poco meno del 40% degli Italiani ha acquistato uno o più paia di occhiali da sole nel corso degli ultimi due anni, dall'altro circa il 24% pensa di acquistare un paio di occhiali da sole nuovi nel corso dei prossimi dodici mesi: possiamo dunque valutare un 20% all'anno in termini di propensione d'acquisto, e probabilmente (utilizzando opportune scale di abbattimento) circa la metà per quanto riguarda gli acquisti effettivi. Il che significa qualcosa come circa 5 milioni di occhiali da sole all'anno.
- A che cosa dà importanza quest'ampia fascia di mercato che acquista ogni anno occhiali da sole? A livello di dichiarazione esplicita darebbe importanza soprattutto alla "qualità dell'occhiale e delle lenti" (94%) e alla "capacità degli occhiali di difendere dai raggi UV" (92%).
- E' però da notare come **tra i giovani (tra i 18 e i 34 anni) il fattore estetico salga invece al primo posto come motivo di scelta degli occhiali da sole.**
- Allo stesso modo, in ben l'82% dei casi si afferma di sapere che l'esposizione al sole può comportare rischi per la salute degli occhi e nel 77% dei casi (con una punta dell'88% proprio tra i giovani) si afferma di sapere che cosa sono i raggi UV.
- **Analizzando però le prime domande del questionario questo apparentemente alto livello di informazione sembra più discutibile: chiedendo quali sono i rischi che può comportare l'esposizione al sole (con domanda aperta e dunque risposta spontanea), vengono indicati fatti generici come "danni alla vista" (34%) o superficiali come "indebolimento della vista" (16%) o ancora sintomatologici come "bruciori/arrossamenti" (34%) o "lacrimazione" (15%). Solo nel 9% dei casi si indica come rischio l'"eccesso di esposizione ai raggi UV".**
- Dunque, **a livello spontaneo** (che è quello che veramente conta per l'analisi degli atteggiamenti e delle opinioni su un tema così delicato come quello della salute degli occhi) **la citazione dei raggi UV come elemento di rischio per la vista è del tutto marginale.**
- Ciò sembra delineare un quadro in cui gli acquirenti italiani di occhiali da sole "credono" di essere sufficientemente informati sui rischi riguardanti l'esposizione al sole per la salute degli occhi, e quindi tendono a non porsi il problema, ma in realtà sottovalutano alcuni di questi rischi e, soprattutto tra i giovani, finiscono col dare maggiore importanza all'aspetto estetico e al fattore moda.
- E' un quadro che può essere più problematico in termini di possibili strategie di comunicazione che non quello di una semplice carenza di informazioni tout court. Parlare di raggi UV e della loro pericolosità per la salute della vista non è di per sé una sorpresa per gli Italiani: bene o male ne hanno sentito parlare ritengono di tenerne anche conto. Ma di fatto questo aspetto tende ad essere poi relegato in un secondo piano, e a livello spontaneo emerge assai poco. Dunque, informare non basta: forse bisogna mettere in guardia il consumatore da questa sua tendenziale "distrazione".