

Persbericht

Contact: Isabel Box
Titel: Marketing & Communications Manager
Tel: +32 (0)2 302 25 51
Mobiel: +32 (0)485 31 79 63
E-mail: ibox@deloitte.com

Gebrek aan vertrouwen in verkopers van tweedehands telefoons staat duurzaamheid in de weg

Uit het Digital Consumer Trends rapport van Deloitte blijkt dat het gebruik van geconnecteerde toestellen licht is afgenomen in vergelijking met de aanzienlijke groei tijdens de COVID-19 pandemie. Toch blijven consumenten meer dan ooit verbonden en vindt er een omschakeling plaats van digitaal naar virtueel.

Brussel, België - 9 november 2022

Uit het onderzoek Digital Consumer Trends van Deloitte blijkt vandaag dat duurzaamheid een aandachtspunt blijft voor consumenten, maar dat er een groeiende behoefte is aan informatie over duurzaamheid in de apparatenindustrie om blijvende gedragsverandering te stimuleren.

Klanten moeten hun weg nog vinden in digitale duurzaamheid

Digitale vervuiling¹ is verantwoordelijk voor 4% van de uitstoot van broeikasgassen. Slechts 43% van de respondenten gaf echter aan reeds van digitale vervuiling te hebben gehoord, en 60% zou graag meer informatie krijgen over digitale duurzaamheid.

Voor bijna de helft van de bevroagden (49%) is duurzaamheid niet belangrijk wanneer ze zich abonneren op een nieuwe dienst, zonder significant verschil tussen de verschillende leeftijdsgroepen.

De productie van een smartphone is verantwoordelijk voor bijna de gehele (95%) koolstofvoetafdruk. Een gloednieuwe smartphone genereert namelijk gemiddeld 85 kilogram aan emissie in het eerste gebruiksjaar. De belangrijkste factor om de koolstofvoetafdruk van een smartphone te verminderen is dan ook de verlenging van de verwachte levensduur. **Slechts 3% van de respondenten vindt reparatiegemak echter een belangrijk element bij het kiezen van een smartphone.**

Desondanks gebruiken consumenten hun smartphones langer dan vroeger. In de afgelopen 18 maanden kocht 40% van de respondenten een smartphone, tegenover 55% in 2018. Slechts 9% van de gekochte telefoons was tweedehands of refurbished.

"We merkten een gedragsparadox op als het gaat om milieu. Terwijl consumenten in het algemeen duurzamere keuzes willen maken, zijn ze nog niet toe aan duurzaam digitaal gedrag. Vertrouwen speelt een grote rol bij de afwijzing van de tweedehandsmarkt door consumenten. Vijfentwintig procent zegt dat de belangrijkste reden waarom ze geen tweedehands telefoons kopen is dat ze de verkopers ervan niet vertrouwen. Om dit effect tegen te gaan, moet de industrie meer informatie verstrekken over de digitale duurzame markt", aldus Vincent Fosty, Technology, Media and Telecommunications Leader bij Deloitte.

¹ Digitale vervuiling is het energieverbruik en de afvalproductie van digitale apparaten, waaronder de fabricage van het apparaat en de koolstofvoetafdruk.

Er vindt een verschuiving plaats van digitaal naar virtueel

De marktpenetratie van smartphones, tablets en laptops blijft stabiel, terwijl disruptieve producten zoals spraakgestuurde luidsprekers jaar na jaar langzaam blijven groeien en zo dit jaar een penetratie van 10% bereiken. Ondertussen winnen wearables aan momentum, waarbij de toegang tot apparaten² elk jaar toeneemt (10% in 2016 tot 34% in 2022). **Smartphones blijven het meest toegankelijke apparaat, met 92% van de bevolking die directe toegang heeft, en wel 97% van de 18 tot 24-jarigen.**

Deze toestellen spelen een grote rol in het leven van de consument. 92% van de Belgen bezit namelijk een smartphone. 38% van de gebruikers heeft de neiging om daardoor later dan gepland te gaan slapen en 39% zegt dat ze minder tijd aan hun toestel willen besteden. Bovendien gebruikt de helft van alle respondenten hun telefoon zodra ze wakker worden.

De twee activiteiten waar connected devices het vaakst voor gebruikt worden, zijn het gebruik van sociale media en het bekijken van video's, beide goed voor 73%. 61% van de respondenten geeft aan minstens één keer per dag sociale media te checken. Video's kijken omvat activiteiten zoals live TV kijken (35%), korte video's, live berichten of verhalen (31%) of het streamen van films en/of TV-series (26%). Belgische consumenten zijn tegenwoordig erg digitaal, hoewel ze proberen deze gedragskenmerk te veranderen.

"Toen we de resultaten van dit jaar analyseerden, zagen we tekenen van een verschuiving van digitaal naar virtueel. De snelle uitbreiding van online gaming, NFT's en digitale munten, augmented reality en andere virtuele elementen lijken allemaal te wijzen op een nieuwe stap naar nieuwe virtuele werelden die naast de werkelijkheid bestaan", aldus Vincent Fosty.

De metaverse neemt de gebruiker mee naar een geheel nieuwe wereld en maakt de volgende generatie van sociale interacties mogelijk. In België kent slechts 21% van de mensen de metaverse, wat vrij laag is in vergelijking met andere landen.

Bijna de helft (48%) van de respondenten weet echter wel wat NFT's zijn. Deloitte voorspelt dat NFT's voor sportmedia sterk zullen groeien en in 2022 meer dan 2 miljard dollar aan transacties zullen genereren. Tegen eind 2022 verwacht Deloitte dat 4 à 5 miljoen sportfans wereldwijd een NFT-sportverzamelobject zullen hebben gekocht of cadeau gekregen. De belangstelling voor NFT-sportartikelen zal waarschijnlijk verder worden aangewakkerd door activiteiten op de bredere NFT-markt, waaronder die voor digitale kunst.

Over het onderzoek Digital Consumer Trends

De Digital Consumer Trends van Deloitte is een onderzoek dat plaatsvindt in meerdere landen onder gebruikers van digitale diensten over de hele wereld. De studie van 2022 omvat 38.150 respondenten in 22 landen en vijf continenten, waaronder 2.000 Belgische consumenten tussen 18 en 75 jaar. In de uitgave van dit jaar centreerde Deloitte de analyse rond 4 thema's: de toestand van de apparatenmarkt, duurzaamheid, digitaal naar virtueel en vertrouwen.

Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 5900 medewerkers en 11 kantoren in België en is daarmee de grootste organisatie van het land op het gebied van audits, accounting, juridisch en fiscaal advies, consultancy, financieel advies en risicoadvies.

Met zijn diensten helpt de organisatie zowel de grootste nationale en internationale bedrijven als kmo's, overheden en non-profitorganisaties vooruit. Deloitte Belgium is een onafhankelijke en autonome organisatie die aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited. In het boekjaar 2022 behaalde de organisatie een omzet van € 704 miljoen.

² Apparaten die consumenten bezitten of waartoe consumenten gemakkelijk toegang hebben.



Deloitte Belgium BV is de Belgische dochteronderneming van Deloitte NSE LLP, een bedrijf dat aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited en dat bij de professionele diensten en adviezen die het verstrekt steevast op de hoogste kwaliteit mikt. De diensten zijn gebaseerd op een wereldwijde strategie die meer dan 150 landen bestrijkt. Daarvoor kunnen ze rekenen op de expertise van 415.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2022 bedroeg de omzet meer dan \$ 59,3 miljard.

Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, een of meer verbonden venootschappen, of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, een Britse 'private limited liability company' ('DTTL'). DTTL en alle aangesloten ondernemingen zijn juridisch afzonderlijke en onafhankelijke entiteiten. DTTL (ook wel 'Deloitte Global') levert geen diensten aan klanten. Surf naar <http://www.deloitte.com/about> voor een uitgebreidere beschrijving van de juridische structuur van DTTL en de aangesloten ondernemingen.