

# Live your

**celside**  
Insurance

**DIA INTERNACIONAL DA RECICLAGEM: NOVOS DADOS DO BARÓMETRO VIDA DIGITAL DOS PORTUGUESES DA CELSIDE**

## **PORTUGUESES ADEPTOS DA REUTILIZAÇÃO: 59% JÁ COMPROU OU CONSIDERARIA COMPRAR UM TELEMÓVEL RECONDICIONADO**

- Computador (60%) e telemóvel (59%) são os dispositivos onde há maior probabilidade de comprar um equipamento em segunda mão, verificado e restaurado, à frente da televisão e do tablet.
- Os mais jovens dão o exemplo. 75% dos menores de 21 anos já compraram (27%) ou consideram comprar (48%) um smartphone recondicionado.
- Millennials são os mais entusiastas: 30% já compraram smartphones recondicionados, face a 23% da faixa etária 35-49 anos e apenas 11% dos baby-boomers.

Lisboa, 13 de Maio de 2021: Em vésperas de celebrarmos globalmente o **Dia Internacional da Reciclagem**, que se assinala a 17 de Maio, a Celside Insurance junta-se ao movimento, revelando novos dados do Barómetro Vida Digital dos Portugueses, estudo realizado em parceria com a Boutique Research, que conclui que a **maioria dos portugueses (59%) já comprou ou consideraria comprar um telemóvel recondicionado**.

Se o inquérito põe em evidência a relação intensa dos portugueses com o telemóvel – os portugueses passam em média 2,9h por dia com o telemóvel, e 4 em cada 5 utilizam-no logo de manhã ao acordar, e à noite, antes de dormir – também deixa claro que, na categoria tecnologia, os portugueses estão cada vez mais **adeptos da tendência “reutilize, reduza, recicle” para criar um impacto positivo**.



Todos sabemos que é preciso “pensar global e agir local” e os hábitos de consumo são vitais na proteção do planeta. De acordo com estudo, os **telemóveis e os computadores são os dispositivos onde há mais probabilidade de comprar equipamentos reconicionados**, isto é, em segunda mão, verificados e restaurados. 21% dos portugueses afirma já ter comprado um telemóvel reconicionado, e 38% considera fazê-lo. Quanto ao computador as percentagens são muito semelhantes: 22% já comprou reconicionado e 38% considera fazê-lo. Nas categorias televisão e tablet os portugueses são mais conservadores: apenas 11% já comprou uma televisão reconicionada e a maioria (51%) não consideraria fazê-lo, e só 12% compraram tablets em segunda mão.

### Mais jovens dão o exemplo

Mas a tendência não é uniforme em todas as gerações. São as **gerações mais novas**, os Millennials e a Geração Z, aquelas que manifestam uma maior apetência pelos equipamentos reconicionados. Por uma questão de preço, mas também, provavelmente, devido a uma maior **consciência ambiental**. De acordo com o Barómetro da Vida Digital dos portugueses, 75% dos menores de 21 anos já comprou ou considera comprar um smartphone re-condicionado. Os Millennials são a faixa etária que apresenta a maior percentagem de respostas afirmativas: 30% já comprou reconicionados. À medida que a idade aumenta, diminui a abertura para comprar equipamentos reconicionados. 56% dos maiores de 65 anos prefere não comprar telemóveis reconicionados e apenas 11% afirma já o ter feito.

### Cuidar do planeta... e do telemóvel

De acordo com o estudo, 54% dos portugueses refere o smartphone como o objeto que mais lhe custaria perder, à frente das chaves de casa (31%), do cartão bancário (27%) e até do computador pessoal (26%). Mas quantos tentam contratar um seguro para proteger o seu telemóvel?

Cerca de 1/3 (36% em média), segundo o inquérito, sendo a intenção de adquirir um seguro maior entre os mais jovens (47% da geração Z versus apenas 31% nos inquiridos entre os 50 e os 65 anos) e também entre quem tem filhos (44% respostas afirmativas).

**Ficha técnica:**

800 entrevistas online a indivíduos com 18 e mais anos, residentes em Portugal. Amostra proporcional à população portuguesa em termos de sexo, idade e região. O trabalho de campo foi realizado entre 12 e 17 de Fevereiro de 2021.

**Sobre a Boutique Research**

A Boutique Research é uma empresa especializada em estudos de mercado e opinião. Desenvolve estudos qualitativos e quantitativos, com abordagens customizadas às necessidades dos clientes. A Boutique Research recebeu a distinção de Market Research Company of the Year 2020/2021, pela Corporate Livewire Prestige Awards.

**Sobre a Celside**

Lançado em França em 2020, o «Seguro Celside» oferece todas as experiências do mundo conectado. A marca imagina as soluções mais inovadoras e fiáveis para proteger os dispositivos multimédia: smartphones, tablets, computadores, drones, consolas de jogos, objectos ligados, electrodomésticos... Em todo o lado e em todas as circunstâncias, a marca destaca-se pela sua cobertura de seguro multi-risco (quebra, ferrugem, roubo e perda), o seu serviço de atendimento ao cliente com capacidade de resposta e os seus conhecimentos técnicos na reparação e reciclagem de dispositivos multimédia. Já presente em França, Espanha, Portugal e Bélgica, a marca irá expandir-se nos próximos meses para Itália, Alemanha, Emiratos Árabes Unidos e Europa de Leste. Apoiada por equipas leais, motivadas e especializadas, a marca gere actualmente 8 milhões de clientes e 2.500 parceiros em toda a Europa. Espera atingir um volume de negócios de 1,1 mil milhões de euros até 2021. Em 2021, o grupo planeia contratar 1.000 novos empregados para apoiar este desenvolvimento: 500 em França e 500 a nível internacional, especificamente 300 em Espanha e 200 em Portugal. O Grupo Indexia está firmemente empenhado na Península Ibérica, onde alcançou um volume de negócios de 150 milhões de euros em 2020, que se prevê que aumente para 200 milhões de euros em 2021. Actualmente, a Espanha gere 1,5 milhões de clientes.

**Contacto Imprensa :**

Editorialista : Madalena Galamba + 918218130 - [hello@editorialista.pt](mailto:hello@editorialista.pt)

Miguel Lobo - [digital@editorialista.pt](mailto:digital@editorialista.pt)

[celside.com](https://celside.com)

